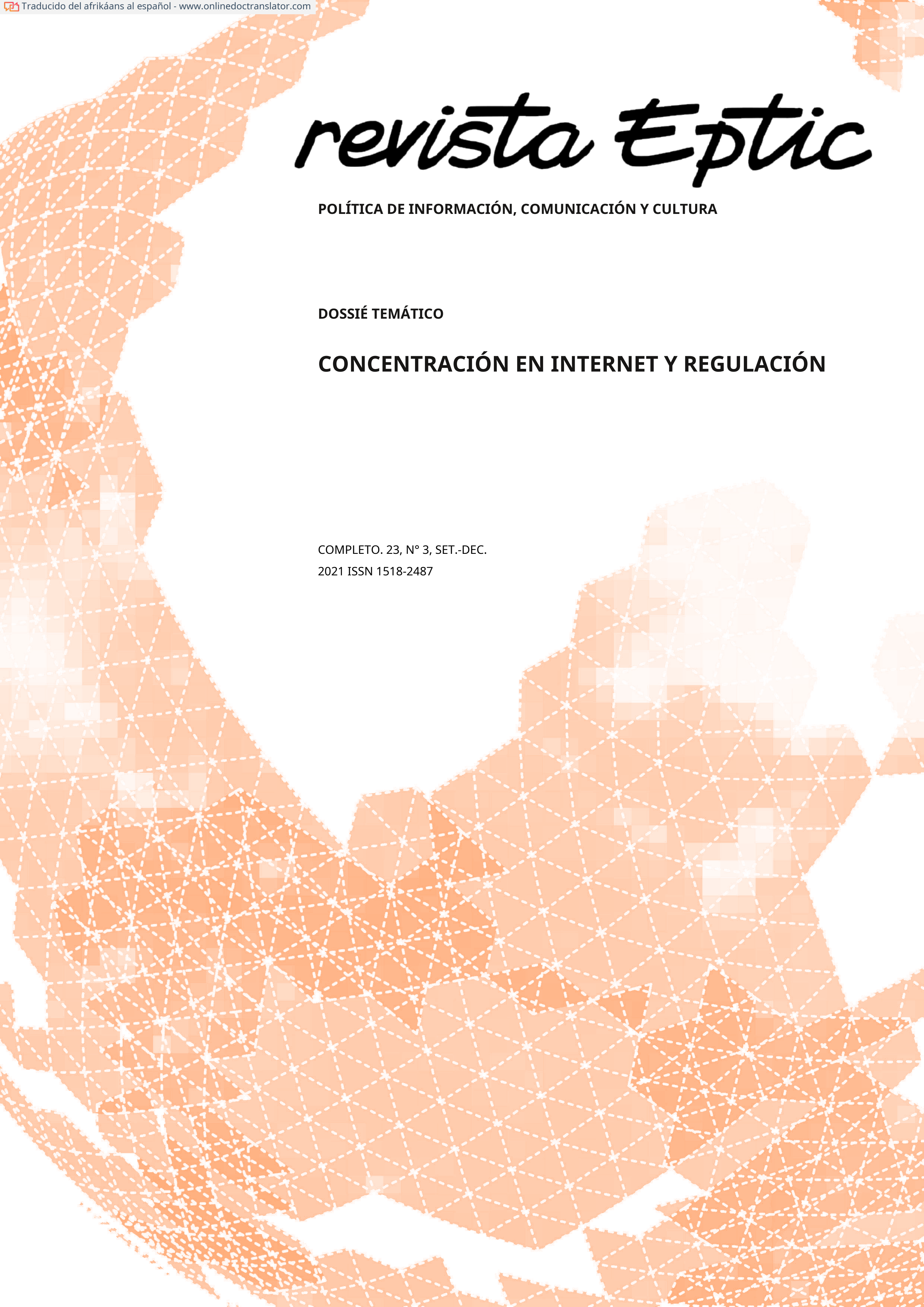


POLÍTICA DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA

DOSSIÉ TEMÁTICO

CONCENTRACIÓN EN INTERNET Y REGULACIÓN

COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC.
2021 ISSN 1518-2487



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Revista Cuatrimestre enviada al Observatorio de Economía y Comunicación (OBSCOM) y al Programa de Posgrado y Comunicación de la Universidad Federal de Sergipe

Autores de esta edición
Adilson Vaz Cabral Filho, Ana Beatriz Lemos da Costa, Ana Bizberge, Anderson David Gomes dos Santos, Agustín Espada, Carlo José Napolitano, Carmem Lúcia Barreto Petit, Eduardo Alonso, Eula Dantas Taveira Cabral, Federico Beltramelli, Gustavo Buquet, Luiz Henrique Ranzani, Marcos Dantas, Octavio Penna Pieranti, Patrícia Maurício, Rodrigo Brandão, Rodrigo Moreno Marques, Santiago Marino, Serguei Komissarov y Kenzo Soares Seto



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

RESUMEN



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

PRESENTACIÓN DE LA REVISTA

Caros/as leitores/as,

Veremos la última edición de la Revista Eptic el próximo año 2021, cuando la pandemia del coronavirus haya demostrado tener más de un millón de nuevas variantes causantes de enfermedades que pueden afectar a millones de vidas, sobre todo a más personas. La vacunación se realiza a pasos lentos y, en el supuesto, demostrará su eficacia, dando prueba a la sociedad de la importancia del conocimiento científico. En aras de la exhaustividad, la distribución de dosis de no más de dos dudas sobre los intereses hegemónicos que garantizarán la apropiación privada de las diversas tecnologías que viabilicen las nuevas con más patentes. Além de revelación como corporaciones y Estados consideran de interés público, su situación es un ejemplo de apropiación de propiedad privada,

En el campo de la comunicación privada, los últimos meses estuvieron marcados por denuncias contra corporaciones de internet, sobre todo porque la imagen fue asociada a Facebook Papers. Francis Haugen, ex-
- Funcionarios corporativos, revelando documentos que muestran que Facebook prioriza deliberadamente el lujo, resta valor a la seguridad y trata de ser entre sus usuarios, incluidas las creaciones, y propiedad de la democracia. Hablando en el Congreso de los Estados Unidos, Haugen fue claro: “El liderazgo de la empresa sabe cómo encender Facebook e Instagram de manera más segura, y no tiene que tomar las medidas necesarias porque es enorme ante la gente. Necesita la acción del Congreso”. La empresa pretende organizar una denuncia y, demostrando su apetito por los lujos, se declara como el dominio del "metaverso", un intento de expandir la dinámica de acumulación de capital a más ámbitos de la vida social.

Sin perjuicio de lo anterior, sus esfuerzos y las antiguas plataformas digitales también brindan una comprensión clara de la necesidad de ser libre y tener agentes a través de mi reglamento. Si bien esta percepción engloba resistencias, incluidas ambiciones no académicas, comercializadas por visiones equívocas sobre el desarrollo de tecnologías, todos alias a las dinámicas de propiedad del capital, hay más ejemplos que ejemplos de este proyecto a la Ley de Mercados Digitales de la Unión Europea. ; garantiza la transparencia de las plataformas, tal como lo propone en Brasil el Proyecto Lei 2630, garantiza el derecho al trabajo de los automovilistas de Uber, tal como se acordó en el Reino Unido. Para contribuir con estos procesos, evitando la destrucción de la vida y de mi entorno en el curso que sigue,

Es nuestra intención presentar el Dossier Temático “Concentración en Internet y Regulación”. La conferencia de EPTIC con el Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom), grupo que debate sobre temas como América Latina y el Caribe, está organizada por Patricia Mauricio, Rodrigo Moreno Marques, Ana Biz Marques, Ana Biz. Los aportes de los balances de las políticas regulatorias no desarrolladas incluyen particularidades de diversas regiones, así como la presentación de valoraciones sobre las cuestiones que se plantean en estos temas.

La edición también contiene una sección diversa de "Artículos e Idiomas", con textos que muestran diferentes puntos de lectura en la configuración histórica de la Economía Política de la Comunicación y sus obras más exitosas, en el caso de los Artículos "Televisión y Capitalismo en Brasil: Caparelli”, de Marcos Dantas, y “Una Economía Política de la Comunicación y la Cultura como referencia a las encuestas sobre Políticas de Comunicación”, de Adilson Dantas Cabral y Eula Dantas Taveira Cabral. Las contribuciones aquí presentadas también tienden a ser analizadas en el marco tradicional de la radiodifusión, en el caso de "Una revolución que no existió: el decreto que podría transformar el modelo de financiación de la radiodifusión en Brasil", de Octavio Pieranti, quien recientemente , como se ve en “Disputa de mercado y análisis regulatorio en el sector audiovisual brasileño: estudio de caso de Time Warner por AT&T”, de Ana Beatriz Lemos de Costa y Anderson David Gomes dos Santos. También hay una sección con el artículo "El futuro del trabajo: entre la automatización y la integración entre humanos y máquinas", de Rodrigo Brandão, que trata sobre los problemas del cambio global en el trabajo asociado a la tecnología y las disputas entre los dos países, estos son todos los temas importantes en nuestra agenda de búsqueda.

Como resultado, el equipo editorial de EPTIC demostrará nuestro pensamiento intuitivo, convincente y participativo para contribuir a la transformación social. Que la decisión de un mundo nuevo nos signifique movilizar a nadie más que a vem.

¡Buena suerte!

Helena Martins y César Bolaño



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Televisión y capitalismo en Brasil: el libro pionero de Sergio Caparelli

Televisión y capitalismo en Brasil: el libro pionero de Sergio Caparelli

Televisión y capitalismo en Brasil: el libro pionero de Sergio Caparelli

marcos dantas

Profesor Titular de la Facultad de Comunicación de la UFRJ, Supervisor del Programa de Posgrado en Comunicación y Cultura de la ECO (PPG-COM/ECO) y del Programa de Posgrado en Ciencias de la Información del IBICT/ECO (PPGCI / IBICT-ECIC). Integrar el Grupo de Investigación y Comunicación de Información y Economía (PEIC/PPGCOM-ECO/UFRJ) y coordinar el COMarx - Grupo Marxiano de Información y Comunicación (PPGCOM/PPGCI-ECO/UFRJ). Miembro del Consejo de Administración de Internet en Brasil (CGI.br).

Contacto:marcos.dantas@eco.ufrj.br

Recibido el: 16.06.2020 - Aprobado el: 20.06.2020

Resumen

Publicado en 1982, *Televisión y capitalismo en Brasil*, de Sergio Caparelli, podría ser considerado el primer estudio en invertir en la industria de la televisión en Brasil, aplicando en las categorías de Economía, Política de la Información y Comunicación. Escribí un libro sobre el aumento en número y calidad de la literatura académica en la televisión brasileña, el libro de Caparelli, porem, se distingue de esta literatura, es por su alineación con las Teorías de la Dependencia, el marco de la Economía Política original de la Política Americana para pensar *convencional* Europeo o internacional, es un referente, inédito en Brasil, en teoría el marxista pionero de Dallas Smythe sobre la mercantilización de la audiencia televisiva.

Palabras clave: Televisión. Teorías de la dependencia. Audiencia-mercadoria.

Resumen

Publicado en 1982, *Televisión y Capitalismo en Brasil,* de Sergio Caparelli, puede ser considerado como el primer estudio que invierte en la industria televisiva brasileña, en la que se aplican las categorías de la Economía Política de la Información y la Comunicación. Escrito en una época en la que la creación, en términos de calidad y calidad, literatura académica en la televisión brasileña, el libro de Caparelli, sin vergüenza, se distingue en esta literatura, por su párrafo con las Teorías de la Dependencia, un marco de la Economía Política original de América Latina y la Crítica del Dominante Europeo o Norteamericano, por referencia, no tiene precedentes en Brasil, en la teoría marxista pionera de Dallas Smythe sobre la mercantilización de la audiencia televisiva.

Palabras clave: Televisión. Teorías de la dependencia. Mercado de audiencias.

Resumen

Publicado en 1982, *Televisión y capitalismo en Brasil* de Sergio Caparelli puede ser considerado el primer estudio que investiga la industria de la televisión en Brasil, aplicando las categorías de Economía Política de la Información y la Comunicación. Escrito en una época en que crecía en número y calidad la literatura académica en la televisión brasileña, el libro de Caparelli se distingue, sin embargo, en esa literatura, ya sea por su alineamiento con las Teorías de la Dependencia, rama latinoamericana original de la Economía Política, crítica de las teorías americanas o europeas. pensamiento dominante, o por referencia, hasta entonces sin precedentes en Brasil, a la teoría marxista pionera de Dallas Smythe sobre la mercantilización de la audiencia televisiva.

Palabras clave: Televisión. Teorías de la dependencia. Público-mercancía.

Es difícil para cualquiera que no haya vivido en una época, o haya sido muy creativo en estos años, involucrarse realmente en una ruptura cultural o de comportamiento que ha tenido lugar en nuestra sociedad en los años 1970-1980, al no tener su propio hogar. propiedad, sin dia ni dia de vida brasileiros y brasileiras. Es un período histórico en el que recientemente se describió que el traje estaba bajo la sombra de la represión y la censura. También estamos experimentando un ritmo de grandes cambios en la vida y en la corrección de las grandes mayorías de las personas que viven en nuestras vastas comunas, como mayores preocupaciones políticas o intelectuales, nuestros principales centros urbanos del país: Río de Janeiro, Oporto, São Paulo Alegre, Salvador y otras 200 o 300 ciudades se concentran en la mayoría de las poblaciones brasileñas. Para aquellos que viven en una era, sobre todo, pertenecen a los camaradas de las redes sociales, excluyendo solo segmentos artísticos o intelectualizados, que son a la vez vis-à-vis y bien provistos. Ejemplos: en Río de Janeiro, ahora el principal centro político y cultural del país, desde mediados de la década de 1960 hasta la caída de la luz casi todos los días en la parte de la ciudad de la ciudad. Sin embargo, no le falta más agua que el alcalde de las ciudades. No justifiqué el éxito carnavalero de 1954 "El Vagalume", de Vitor Simon y Fernando Martins, saudando a "Cidade Maravilhosa" onde, porem, "de dia falta águ, de noite falta luz". from meados dos anos 1960 deixou de faltar luz quase todos os dias em boa parte da cidade. Sin embargo, no le falta más agua que el alcalde de las ciudades. No justifiqué el éxito carnavalero de 1954 "El Vagalume", de Vitor Simon y Fernando Martins, saudando a "Cidade Maravilhosa" onde, porem, "de dia falta águ, de noite falta luz". from meados dos anos 1960 deixou de faltar luz quase todos os dias em boa parte da cidade. Sin embargo, no le falta más agua que el alcalde de las ciudades. No justifiqué el éxito carnavalero de 1954 "El Vagalume", de Vitor Simon y Fernando Martins, saudando a "Cidade Maravilhosa" onde, porem, "de dia falta águ, de noite falta luz".

Los mejores y más optimistas se explican: a diferencia de los otros estallidos del Cone Sul, el brasileño no interrumpió el proceso de desarrollo de la paz, iniciado después de la Revolución de 1930. Por el contrario, lo aceleró. La ola de 1964 resuelve un dilema: ¿la serie inclusiva inclusión, ritmo y calidad adecuada para integrar a la mayoría de la población? ¿La serie es exclusiva, en ritmo y en calidad adecuada para asistir como camaradas pero privilegiados de la sociedad? Venceu con el golpe, como sabemos, de esta segunda chimenea. O Brasil paga caro por isso até hoje.

Entre las grandes noticias para nosotros de la época, una de las más impactantes fue en la televisión. Entre 1965 y 1975, el número de apartamentos en Brasil ascendió a 2,2 millones a 10,2 millones. Sí, asumiendo que cada uno de los 4 o 5 asesinos fue asesinado en la década de 1970, los programas de televisión transmitidos asistidos por cerca de 40 a 50 millones de personas con una población total de 90 millones, incluida la famosa marcha compuesta por Miguel Gustavo para la Copa del Mundo. de 1970. Y esta expansión probablemente no sea la misma que el soporte de otro gran proyecto de desarrollo: la construcción, la empresa estatal Embratel, creada en 1965, de una infraestructura de telecomunicaciones que permitió que fuera muy costosa vea su historia, conectarse a cada ciudad para cada ciudad, por teléfono y tecnología afins, sin mesmo instantáneo da chamada. Ya había pesimistas, casi inexistentes, así como las telecomunicaciones brasileñas urbanas e interurbanas. En Río de Janeiro, la capital de la República en la década de 1960, no tenemos ventanas abiertas y agua, también llevamos líneas telefónicas hasta en nuestros bares más "negros".

Sobre malbra de Embratel ampliables como discursos televisivos, entre ellos y Rede Globo. Y en efecto, como un año para el otro, el cotidianidad de millones de personas en todo el inmenso Brasil ha pasado a los pobres. Entre las 8 y las 9 horas de la noche, por ejemplo, hora notoria de novela, tarifas menores y al igual que algunas de las capitales menos conocidas, no se escuchaban ruidos ni ruidos molestos, como bombillos en los anaqueles de casas y departamentos. Después de la Copa de 1970, la primera asistencia en la vida, tanto en el fingimiento como en el borde, pudo incluso ser sensacionalizada por los millones de brasileños y tías brasileras que se nombraron inmensamente vicarios, vibrando al instante con los goles de Pelé & cia. Y qué decir del fenómeno sutil, impredecible, de miles y miles de adolescentes y mujeres, desde Oiapoque hasta Chuí, colocando un par de sandalias de plástico hechas de un personaje novedoso? ¿Televisión ditada moda? ¿De qué estás hablando? ¡Y una moda que es "sin clase"!

Avessos, por una especie de distinción bourdieuiana, a la cultura de masas ya la propia televisión, a los intelectuales, a los académicos y no sólo a los artistas superándome con este fenómeno que avassalador parisino. No entiendo, se explica. De los programas de posgrado, además de la creación de estas tarifas (BOMENY, 2001), llegamos a leer los primeros estudios sobre esta relación entre la televisión brasileña y la sociedad, junto con publicaciones editadas por intelectuales y consultores. Estos son los clásicos como *una noche de madrina*, de Sergio Micelli (1982); *París a través de Embratel*, de Luis Augusto Milanesi (1978); *El monopolio del fracaso*, de Muñiz Sodré (1981). también es hora *Televisión y capitalismo en Brasil*, de Sergio Caparelli (1982).

Esta literatura, por supuesto, podría sumarse a otros títulos, inauguró un buscador, de estilo erudito o más científico, como las relaciones culturales o de comportamiento entre la televisión y nuestra sociedad. Como referentes teóricos y metodologías vinham de la Sociología, la Antropología o la Etnografía, o incluso las Teorías de la Comunicación, se ajustan a las teorías funcionalistas formuladas (LAZARSFELD; MERTON, 1982)[1], ou, sobretudo, pela então cada vez mais citada Escola de Frankfurt (ADORNO; HORKHEIMER, 1982), eventualmente com tempos althusserianos ou bourdieusianos. Nesse ambiente intelectual, se distinguió el libro de Caparelli no abierto, pero también la serie pionera: *Televisión y capitalismo en Brasil*, era un título, podría ser la primera obra de un autor brasileño o autora en estudiar las relaciones sociales en televisión desde las categorías de Economía Política.

El capitalismo, el logo, el consumo, la era, y no es posible encontrar el fundamento de ningún estudio sobre los medios de comunicación como sociedad como nossa, y no asimiló ni presentó literatura sobre estas cosas. Mas Caparelli cambia el capitalismo por el frente del palco. Su libro, publicado en 1982, es el primero en relacionar explícitamente la expansión de la televisión en Brasil con las relaciones capitalistas de producción y con las categorías de

1 Esta referencia, como sigue a Adorno y Horkheimer, en la misma antología *Teoría de la comunicación de masas*, organizado y publicado en 1969 por Luiz Costa Lima, puede ser un segundo, subsidiario, es decir: este libro presenta por primera vez en Brasil, traducidos al portugués, textos clásicos para los estudios teóricos de la comunicación social (COSTA LIMA , 1982, 2° ed.). Alemé desses autores, a anthologia reunia texte de Walter Benjamin (o famoso “A obra de Arte na epoca de sua technic reprodibibilidade”), Herbert Marcuse, Jean Baudrillard, Roland Barthes e autros do lado de cá do Atlântico. Una antología, según el capítulo de su organizador en el capítulo introductorio, resulta de un curso que Costa Lima comenzó a ministrar en el Departamento de Sociología de la PUC-Rio en 1969. para quienes podemos aprender e interesarnos por nuestros idiomas originales. Es necesario tener una antología como esta para atender, desde el principio, para pedir la práctica de un curso de graduación basado en una buena idea en la que he invertido y aprendido sobre la comunicación social en Brasil desde el otoño de 1970.

análisis de la Economía Política de matriz marxista. Vai além: finca essas relações e annalises não em alguma abstracción de la teoría de la economía aplicable, nuestros formalismos, a cualquier sociedad capitalista, pero a lo concreto del capitalismo numa sociedad periférica. Esta es una relación contradictoria entre un Centro capitalista hegemónico y un capitalista subordinado, subordinado, que se explica por sus funciones. Alias, accrescentemos, tal valeria tanto para Rede Globo not pass secul XX XX quanto para internet nos dias de hoje.

Teoría de la dependencia

El punto de partida teórico de Caparelli es la Teoría de la Dependencia. Esta teoría no puede ser abordada como un todo homogéneo, sin embargo, como una descripción verticalmente simplificada de las relaciones político-económicas Centro/Periferia. Sus diferentes valores se basan en las tesis de Cardoso y Faletto (1969) y Gunder Frank (1969) o Mauro Marini (1973), seguidos de Celso Furtado (1959, 1961), Theotônio dos Santos (1978), Vânia Bambirra (1974), otros y otros. Todos entienden que la dependencia está mediada por una clase dominante endógena a los estados dependientes. Diferenciam-se porém, entre si, quanto às possibilidades de esses paises virem a se desenvolver num systemististа et quanto ao papel de suas class dominante internales nesse process. Cardoso y Faletto entendem ser possibel o desenvolvimiento “asociado”. Gunder franco,por ejemplo, en otro enunciado, rechazando esta hipótesis, sugiere el “subdesenvolvimento do subdesenvolvimento”. Caparelli parece aceptar la hipótesis de Cardoso y Faletto, pero no nos involucramos en nuestros debates entre varias corrientes. Cita Cardoso e Faletto cuando sea necesario y, a partir de partes de él, como el sistema de televisión brasileño que se desarrolló después de la caída de 1964 a la espera de una relación de mediana dependencia con la "burguesía nacional", asociada a los dueños de la televisión de capital será una parte integral parte.

La Teoría (o como Teorías) de la Dependencia, ensayo teórico-latinoamericano, corregido críticamente como teorías del imperialismo formuladas por Lenin o Rosa Luxemburgo. E, como lembrou um de seus formuladores, Theotônio dos Santos,

> puedes tener un producto en la periferia del mundo que tenga plena repercusión. En el caso de la teoría de la dependencia, que se universaliza, es una forma de mirar los fenómenos, un principio de orden del pensamiento, una metodología y un enfoque que desafía la corriente principal, el pensamiento importado de los países centrales (DOS SANTOS, 1998, pág. 137) .

Mientras que América Latina es una parte integral del Sistema de Descripciones de la Segunda Guerra Mundial, sus formadores no han desarrollado un sistema de dominación similar al que resulta de las invasiones militares y económicas europeas en África y Asia en el siglo II. En Latinoamérica, subyugadas o incluso exterminadas como culturas indígenas, desarrolladas por cinco sectas en torno a una cultura de lo más culta referenciada en Europa (para poder leer aquí dos idiomas con faladas amplificadas, el castillo y el portugués) y, sin su interior, una elite, comercial, también profesional, intelectual y artística) tiene su propia condición de elite dependiendo del mantenimiento o actualización, cuando sea necesario o posible, de su propio "pacto colonial". A Teoria (ou as Teorias) da Dependência, além de expor e explicar, con los cimientos de la Economía Política, estos quince años, debaten sobre las posibilidades de la élite, o parte de ella, mameluco o no con este pacto. Generalmente responde a lo negativo. Nisso diferencia de las teorías del imperialismo que, formuladas con sobriedad me tienden como nuevas relaciones Centro-Periferia que contemplaron violentamente la expansión europea a fines del siglo XIX, podemos ilustrar la hipótesis de los dominios de muchas generaciones, muchas veces virem ha reaccionado revolucionaria, como “naciones”, esta expansión. Sin embargo, en términos políticos, el escenario latinoamericano en Teoría de la dependencia será también tanto una crítica de la práctica como un discurso de los partidos comunistas locales, inspirados en nuestras visiones leninistas, o en sus derivaciones imperialistas. esses laços quincentenários, debatia as possibilidades de watela elite, ou parte dela, romper ou não com esse pacto. Generalmente responde a lo negativo. Nisso diferencia de las teorías del imperialismo que, formuladas con sobriedad me tienden como nuevas relaciones Centro-Periferia que contemplaron violentamente la expansión europea a fines del siglo XIX, podemos ilustrar la hipótesis de los dominios de muchas generaciones, muchas veces virem ha reaccionado revolucionaria, como “naciones”, esta expansión. Sin embargo, en términos políticos, el escenario latinoamericano en Teoría de la dependencia será también tanto una crítica de la práctica como un discurso de los partidos comunistas locales, inspirados en nuestras visiones leninistas, o en sus derivaciones imperialistas. esses laços quincentenários, debatia as possibilidades de watela elite, ou parte dela, romper ou não com esse pacto. Generalmente responde a lo negativo. Nisso diferencia de las teorías del imperialismo que, formuladas con sobriedad me tienden como nuevas relaciones Centro-Periferia que contemplaron violentamente la expansión europea a fines del siglo XIX, podemos ilustrar la hipótesis de los dominios de muchas generaciones, muchas veces virem ha reaccionado revolucionaria, como “naciones”, esta expansión. Sin embargo, en términos políticos, el escenario latinoamericano en Teoría de la dependencia será también tanto una crítica de la práctica como un discurso de los partidos comunistas locales, inspirados en nuestras visiones leninistas, o en sus derivaciones imperialistas. debate sobre las posibilidades de la élite, o parte de ella, mameluco o no con este pacto. Generalmente responde a lo negativo. Nisso diferencia de las teorías del imperialismo que, formuladas con sobriedad me tienden como nuevas relaciones Centro-Periferia que contemplaron violentamente la expansión europea a fines del siglo XIX, podemos ilustrar la hipótesis de los dominios de muchas generaciones, muchas veces virem ha reaccionado revolucionaria, como “naciones”, esta expansión. Sin embargo, en términos políticos, el escenario latinoamericano en Teoría de la dependencia será también tanto una crítica de la práctica como un discurso de los partidos comunistas locales, inspirados en nuestras visiones leninistas, o en sus derivaciones imperialistas. debate sobre las posibilidades de la élite, o parte de ella, mameluco o no con este pacto. Generalmente responde a lo negativo. Nisso diferencia de las teorías del imperialismo que, formuladas con sobriedad me tienden como nuevas relaciones Centro-Periferia que contemplaron violentamente la expansión europea a fines del siglo XIX, podemos ilustrar la hipótesis de los dominios de muchas generacion

Este es un abordaje clásico del imperialismo que trasciende al estudio de los medios de comunicación que se está expandiendo a la transmisión radial, por encima de la televisión gremial comercial, a través de los países latinoamericanos bajo la Segunda Guerra Mundial. El estudio de Herbert Schiller (1970), con su *Comunicación de masas e imperio americano*, o el francés Armand Mattelart (1976), com. *Multinacionales y sistemas de comunicación*, deram contribuciones decisivas para tal comprensión. Aquí, nuevamente, es pionero en la importación del libro de Caparelli: será el primero, en Brasil, en América Latina, en intentar desarrollar los medios de comunicación en nuestros países, en particular la televisión o más la extensión de una ocupación imperialista. de las ciudades y la cultura, así como una relación asociada entre los capitalistas locales y el centro dominante, relación contraria a la cual, para negociar los términos de la asociación, la sociedad periférica al mismo tiempo se ajusta *pregunta* para ajustar), más *también* gangas y gangas, pois tem suas vantagens e necessidades locais.

Es que la Rede Globo, mucho menos competente que sus competidores, será la gran partidaria de la introducción real o definitiva de la industria cultural en moldes. *hollywoodianos*, más televisión, en Brasil y, al mismo tiempo, la necesidad de nacionalización de estos poderes en-

dustria ao contexto cultural local. Por cierto, se espera una expansión del consumo masivo moderno para aumentar el territorio brasileño en términos de capitalismo periférico propietario, mientras se excluye, por la vía de la concentración de la renta, a gran parte de la población de las posibilidades de consumir efectivamente. Por otro, por lo demás, crea o desarrolla, con artistas, rotadores, productores y editores brasileños y brasileros, una auténtica señal de televisión nacional. No es una repetición o retransmisión de ningún programa de estudio con ninguno de los códigos culturales típicos de los estadounidenses blancos. Series o cuentos como "Malu Mulher", "Carga Pesada", "Saramandaia", "Gabriela" y muchos otros punham y legitimavam en Brasil en la televisión: los países se pueden ver en él,

Caparelli no utiliza la frase "triple alianza", pero repite en televisión esta misma relación descrita por Peter Evans (1980) en otro clásico de la época: *Una triple alianza*. El Estado invierte en infraestructura, pero pocas veces apoya a las radiodifusoras con subsidios y financiamiento, así como con acciones publicitarias genéricas, además de poder hacerlo, incluso incluyendo a algunos ejecutivos. Los gobiernos militares presionan Globo y otros discursos para nacionalizar la programación (STRAUBHAAR, 1983; MATTOS, 2002). El grupo de estudio de Time-Life proporciona tecnología y recursos financieros, incluidos los de Estados Unidos, Japón u otros países centrales y proveedores de equipos y tecnología. El grupo nacional encomienda recursos financieros propios, generalmente con una gestión competente del negocio, dirigidos al *márketing* y consumo, ea *consistente* definición de todos los pads de producción - el "Globe of Quality Pad". Para decirlo suavemente, sólo aquellos que compiten o tienen que ver la televisión son la época de expansión acelerada, en Brasil, de la sociedad de consumo (o "de la especulación", dice Debord), a Globo conquistu o lugar que conquistou.

Todos estos aspectos aparecen claramente en la búsqueda de Caparelli, incluso analizando y detallando los segmentos de la programación televisiva y sus relaciones con las agencias de publicidad. Y si es así, al referirse explícitamente a nuestros términos del pacto de dependencia capitalista, es claro que la teoría de la ruptura teórica que propone: *nuevo* perspectiva para el análisis de la televisión dentro de estos países dependientes” (CAPARELLI, 1982, p. 11, nuestro grifo). En la televisión, creciente,

> no recaudado, no emparejado con el sistema político, social o económico. Es parte integral de un sistema productivo, agente y objeto dentro de la actividad económica, instrumento económico-político que requiere involucramiento externo-interno en el concepto de dependencia.

> cia. Integra el proceso de producción y reflexiona internamente sobre sus relaciones, su división del trabajo, en su calidad de componente de la industria cultural (CAPA-RELLI, 1982, p. 11).

Pasaje de Nessa, encontramos la síntesis de todo o del libro.

Mercado de audiencia: Dallas Smythe

Establecidas como relaciones socioeconómicas básicas en el interior de los muelles que se desarrollan sobre la televisión y el capitalismo dependiente brasileño, Caparelli pasa a centrarse en la lógica interna de negociación de la propiedad de la televisión. Disfrute de un punto de ajuste económico, como cualquier otro conjunto económico, para obtener ganancias o acumulación. Es una frontera de inversión y expansión de capital. La función esencial de acelerar las tasas de circulación y rotación del capital es estimar, o incluso producir, el consumo. Compra esta característica,Sabemos, junto al vehículo publicitario que a la vez, retribuye con el lujo de nuestros propios custodios.

Sin embargo, esto investigará más a fondo la "economía publicitaria" propietaria, ya que aún no ha sido abordada en la literatura crítica brasileña. Caparelli recorre las categorías marxistas típicas: valor de uso, valor de cambio, mercado. La publicidad remunera en televisión, pero es un consumidor, en el momento que compra los productos anunciados en nuestras salas o supermercados, que remunera el coste de los vehículos publicitarios, ya que estos son nuestros precios finales. Al parecer, ver la televisión es una actividad gratuita. No, no lo es: el valor de estas emisiones del emisor con las que su audiencia está embebida, o "abstraída", al fin y al cabo precios finitos.

La locutora, "de graça", produce para la venta al público, como se le publicitaba a la locutora: ella, la televidente, se enviaba, escuchando a la audiencia, entregando el canal de televisión a una locutora", explica Caparelli (1982). , pág. 76). Y he aquí la cita de Dallas Smythe, el primero en anunciar esta tesis de audiencia-marketing, num 1977 a partir de la cual chamava se limitó a prestar atención a la inversión marxista oportunidad de comunicación con la frontera capitalista de acumulación:*Comunicaciones: punto ciego del marxismo occidental*(SMYTHE, 1977). Asociado con esto, Smythe también sostiene que su capacidad de atención y su audiencia están trabajando duro, trabajando para ser un productor de valor y más valor (lo más destacado del truco publicitario). Soy tesis polémica que me estoy refiriendo a assim chamado"*debate de punto ciego*", con varios otros investigadores ya sea concordantes y mencionados, o discordantes y sugiriendo hipótesis alternativas a "audiencia-mercado", a "audiencia-trabajo" o ambas. Debate que seguirá a hoje, bastando

presentar artículos que den continuidad, de un muchacho a otro, en 2017, 2018 y hasta el mismo mes de 2019 (BOLAÑO, 2000; CARAWAY, 2011; CHEN, 2003; FU-CHS, 2012; JHALLY; LIVANT, 1986; MARQUES, 2018; DANTAS, 2019). Si es así, esté de acuerdo o en desacuerdo con las hipótesis de Smythe, abrió las puertas a todo en un campo de inversión teórica y académica, tal como es el Campus de Economía Política de la Comunicación, que, alias, está plenamente reconciliado.

Hay estudios que buscan relacionar la meiosis con la sociedad capitalista, especialmente con aquellas con producción ideológica y manipuladora de relaciones de poder, que son fundamentalmente sociológicas, pero no filosóficas, llegando incluso al fracaso. Este es el segundo método desde la década de 1970 hasta el primero de sus estudios críticos para investigar la naturaleza económica de las ciudades o la propiedad cultural de la industria: *¿Cómo está produciendo valor esta industria?*Como conceptos clásicos, como obra concreta y obra abstracta, ¿aplicas al trabajo artístico comandado por el capital en la industria cultural? ¿Qué es un mercado producido por esta industria? Smythe, sem dúvida, acicatou o debate. Los estudios en Francia, en el Reino Unido, en España y en otros países aportan respuestas y preguntas nuevas y necesarias (HUET*et al.*, 1978; ZALLO, 1988; GARNHAM, 1990). Caparelli faria o seu doutorado com um deles, Bernard Miège, na Universidade de Paris. Tracendo essa formación, ele introdu, pioneiramente, o "*debate de punto ciego*En Brasil. Oh seja,*Televisión y capitalismo en Brasil* puede ser considerado como el primer trabajo de un autor brasileño en la Economía Política de la Comunicación. Antes de Caparelli, ninguém no Brasil tinha ainda adentrado esse*específico* terreno. Después de compartir, tivemos y temos muitos.

Caparelli chega a ser peremptório:

> Si hay estudios -y podría alentar uno- sobre la historia de los mercados, se puede ver que la lealtad a una marca se convierte en un brazo para la industria cuando los trusts que forman el imperio oligopólico del capitalismo industrial monopolista se vuelven
> - es una característica dominante del paisajismo industrial (CAPARELLI, 1982, p. 76).

En nota de Rodapé, nos remitimos al estudio de a qué referirse: justo o de Smythe (na tradução italiana).

Siguiendo la afirmación de Smythe, Caparelli explica que el ritmo del trader se puede dividir por el ritmo al que él o ella fuerza su fuerza y fuerza, y que "los momentos de pereza [que] se ponen a la venta en un producto de audiencia de gamuza, no por lo mismo tengo los medios de comunicación masiva" (CAPARELLI, 1982, p. 77). Proceso:

> Y aquí Smythe responde a la siguiente pregunta: la misma fase de comunicación, al mismo tiempo, la superestructura y la operación, como el momento de la necesidad, la última etapa de la producción estructural bajo demanda se produce y satisface mediante la adquisición de buen consumo? Estas sus afirmações - e dúvidas
> - surgem na propria observajon, hoje corente, de que o producuter cria o consumidor ou de que, no estagio do monopólico capitalismo, houve uma qualitité mudança: outrora a economio se defrontava com a questão: como producen merciador; hoje, contudo, a questão é: como lancar as mercadorias no mercado ou vendê-
> - las (CAPARELLI, 1982, p. 77).

La tradición dice que la fijación marxista, llamada dialéctica mecánica, tiene dos dicotomías: básico/superestructura y producción/circulación. No hay espacio aquí para abordar este debate, pero muchos temas políticos y económicos están relacionados con los medios de comunicación, pero las dificultades introducidas por estos debates polarizadores. Raymond Williams (1979), entre otros, ha dado el paso de cuestionar esta simplificación que se refiere a los procesos culturales, dados los medios de comunicación inherentes al capitalismo de Maduro, con una “superestructura” superestrella. La cultura humana es constitutiva de los seres humanos, nos impregna de nuestras acciones y relaciones; no está "determinado" por "base", sino por su integral, também, essa "base". La cultura es propiedad *mediación*las relaciones de los seres humanos entre sí y la naturaleza que los envuelve (VIEIRA PINTO, 2005). En términos político-económicos, el concepto de valor de uso, que no tiene valor de mercado, expresa relaciones y mediaciones culturales que ahora están en el mercado (DANTAS, 2018).

Una segunda dicotomía se resuelve por sí sola de Marx*La capital*: los medios de transporte y comunicaciones constituyen la "continuación de un proceso de producción*en el interior*al proceso de circulación y*por*el proceso de circulación”, escribió la última línea de la Sección 1 del Libro 2 (MARX, 1984, p. 130).*Entregar el producto al mercado.*es una fase del proceso productivo, el logo de la producción de valor. Por lo demás, el proceso propietario es una fase de la circulación como cualquier otra, una fase en la que la circulación está "interrumpida" (Marx) a la espera de que la materia se transforme en producto. Entonces cuando se trata de eficiencia de mercado (digamos, para servicios didácticos, cuando se trata de hospedaje) el producto tiene que ser comercializado. El compromiso marxista abierto impuesto a Segunda Internacional y “aperfeiçoado” por Terceira ignora los procesos de creación de valor que son dados por la fábrica (incluyendo ninguna “secretaria”) y, por cierto, entre otras consecuencias problemáticas, lo mejor de la comunicación como *lugar*de producción de valor, embora con propiedades características propias de sus procesos -artísticos- de trabajo. Coube y Dallas Smythe dieron la alerta, acusándolo de ser el "punto de vista", a pesar de que tenía tanto cariño en sus límites paradigmáticos de su época.

Ideología: economía *mi* política

En el mundo político-económico de los estudios culturales que proponen, entre otros, Smythe, nuestros Estados Unidos, o Caparelli, en Brasil, no podemos ignorar la inigualable dimensión ideológica de la industria. Una empresa con relaciones basadas en el nombre "gran colección de comerciantes" assim o é porque essas relaciones es *enfeitadas* pela mercadoria mesma. Una "feitiçaria" especifica ser producido o reproducido para formar un mercado dominante como relaciones entre personas. Como en todas las demás épocas históricas antiguas, en la familia, en la religión, en la escuela, los mitos fundacionales, la Ley del Estado, etc. siguen siendo diferentes veterinarios de la producción o la reproducción. No capitalism maduro, a cultural industry e nela, a partar da segunda metade do sekula XX, a télézion vêm se somar aquellas otras instituciones.

Caparelli se hace eco del debate sobre el concepto ideológico de Marx, actualizado en conjunto con Adorno, Habermas, Marcuse, Althusser, etc., que ignora diferencias y polémicas. Concluya que, si las ideas dominantes son ideas de clases dominantes, entonces estas ideas pueden ser asimiladas y, por supuesto, internalizadas en las clases dominantes. Raros, los modos de producción y de vida de los grupos dominantes constituyen, de ser así, barreras a la apropiación, por parte de los grupos, de ideas que pretenden ser dominantes. Será más difícil, por ejemplo, para los cirujanos vivir en Amazon que para los operadores introvertidos de ABC Paulista, o más aún, comercializar programas de marketing de programas de televisión que no sean de Río-São Paulo y distribuirlos por todas partes. En la cultura de la sociedad, ves en todo multifacético,

Por otro lado, las industrias cultural e industrial en general y la televisiva en particular están reformando exponencialmente esos instrumentos de difusión, dedicados a su tiempo y espacio. La televisión se puede ver en la escuela y, sin embargo, no se puede ver, especialmente en nuestras tierras subdivididas. Puede ser una herramienta poderosa en la pedagogía del opresor, no del oprimido. La tecnología, la organización en los discursos nacionales, la centralización de la producción y el cine, pero en definitiva, su lenguaje, todo se desarrolló con miras a servir a los intereses económicos y políticos del capital. Nuestros países periféricos, otras instituciones son abiertas o abiertas, los medios de comunicación promueven la "integración" al mercado y los hábitos de consumo de las clases sociales más pobres, de baja escolaridad o alta alfabetización.

Pero, dependiendo del capitalismo, también usamos la función reproductiva del consumo de consumo.*imitativo*propiedad de sus elites asociadas, conformada y diseccionada por Celso Furtado (1978): para ellas, como clases endógenas aprenden a mimetizarse con los modos vitalicios de las sociedades centrales, logo a exigir los fetiches fetalistas que las expresan. Voltios para el mercado dependiente, la mayoría atendemos esta demanda, tanto material como ideológica, de sus elites internas, al mismo tiempo que podemos, pero las ignoramos como exógenas para reproducirlas y hacerlas cumplir mejor. Una campaña virulenta, no rara, mentora o distorsionada, de las milicias brasileñas contra la industria informática nacional que Bucava introdujo entre nosotros, en la guerra de los años 1970-1980, una nueva relación dependiente de la inserción internacional serie un ejemplo como este artículo Francisco Fonseca (2006) em*El consenso forjado*. Sí, por el medio, como clases dominantes nacionales adotam, adaptam y también buscanm dividir los valores "universales" de las clases dominantes mundiales, asimilar internamente su propio poder y colocarse en el orden mundial.

cuando fue publicado*Televisión y capitalismo en Brasil*, comenzó a expandirse por nuestros Estados Unidos y otras televisiones centrales y segmentadas y pagas. Caparelli no necesita notar el fenómeno. Mientras que el sistema de televisión brasileño es una subdivisión del sistema global, nuestros términos de relaciones de dependencia perciben que como tecnologías satelitales y de cabo solo estamos centralizando el sistema global o la "red global de comunicaciones". Incrementó: “Habrá un paso adelante en la concentración y control de la televisión en el gran capital, porque tiene capacidad económica para desarrollar y comercializar en tecnología, con centros de producción global establecidos en nuestros Estados Unidos y, posiblemente, en Europa” 1982 , pág. 65). Diante disso, previa que una televisión nacional ingrese en nueva fase “numa perspectiva no nacional,

Premonitorio. Quisiera recordarles que Irlanda surgirá en Brasil con la expectativa de que la televisión sea una fuente de "democratización" de la televisión, desde su*apariencia*multiplicador de canais (RAMOS, 1998). No boicotear el debate sobre la regulación de la nación, en 1991, el Foro Nacional para la Democratización de las Comunicaciones (FNDC), que (no obstante, diremos) estima la elaboración y aprobación, por parte del Congreso Nacional, de una "Lei do Cabo” 8.977/1995) se traduce en realidad en una gravísima serie de las anticipadas por Caparelli: el acceso directo al mercado interno de grandes grupos multinacionales, pero los países más afortunados de los Estados Unidos. Posteriormente, una legislación específica (Lei 12.485 / 2011) debería regular este mercado, garantizar cuotas, incluso mínimas de asimilación, para el producto audiovisual brasileño (DANTAS, 2013: 195-196).

Con la expansión de la televisión segmentada, junto a una base técnica o satelital que le corresponde, nuestro proceso histórico se caracteriza por una crisis terminal del “Fordismo” y una ascensión, sin su ubicación, de un nuevo modelo de esta acumulación” globalizado”, fuertemente apoyado por la circulación de libros de capital financiero, mercados y trabajo - una “acumulación flexible” en nuestros términos por David Harvey (1996). Para avanzar en este proceso, la capital incrementará el desarrollo de nuevas tecnologías, la agitación digital, la comunicación y nuevos esquemas de programación audiovisual adecuados a estas nuevas condiciones de producción y consumo capitalistas. No es malo que la evolución se esté superando y expandiendo a un modo acelerado de Internet, fragmentándose aún más, sin limitar la individualización, los procesos de producción y consumo de contenidos audiovisuales y la comercialización de la cartelería que le corresponde. En Internet, simios de apariencias e ilusiones liberales construidas a partir de partes, reaplican (y Caparelli no pierde relevancia) no las de la ideología dominante” (CAPARELLI, 1982, p. 121). Con Internet, la televisión, además de los conocidos, serás sustituido por los “convergentes” de] a la difusión de la ideología y la asfixia o recuperación de formas alternativas de expresión que no rieguen la ideología dominante” (CAPARELLI, 1982, p. 121). Con Internet, la televisión, además de los conocidos, serás sustituido por los “convergentes” de] a la difusión de la ideología y la asfixia o recuperación de formas alternativas de expresión que no rieguen la ideología dominante” (CAPARELLI, 1982, p. 121). Con Internet, la televisión, además de los conocidos, serás sustituido por los “convergentes” de *TV inteligente*o hacer *teléfono inteligente*. La "audiencia" aprende a ser muy activa, colaborativa. Mi logo dice que las Chacrinhas o Hebes Camargos, que no respondían a la "estética de lo grotesco" en palabras de Muniz Sodré (1981), fueron sustituidas por Whindersson Nunes, Kéfera e tais, cojines estéticos, embora devidamenta adaptada aos novos tempos , no será muy diferente de los *en sustancia*. Podemos decir que el gran público de inmigrantes internos de los años 1960-1970, audiencia de la televisión “masiva” de la daquela, engendrou o actual “precariado” de las periferias y favelas urbanas. El declive de la escolarización y la carrera por la estética permanente nos exigen. Lo realmente importante es que la acumulación capitalista global interesa a los agentes que van a dominar el proceso de captación y “monetización” de esta “audiencia”: el capital nacional de Globo o los miles de discursos televisivos que ya están al alcance del capital financiero globalizado, que comanda y controla las plataformas YouTube/Google, Instagram/Facebook y similares (DANTAS, 2013).

Observaciones finales: un régimen en crisis

Nuestros años 1970-1980, aberración televisiva patrocinada, “masiva”, comprada el papel “pedagógico” de la educación, para la sociedad de consumo, población en la que la mayor parte se caracteriza por su nivel de instrucción y educación indígena. Caparelli, porem, observava:

> Es posible ver que los espectadores permanentemente pasivos, absorbiendo mecánicamente los programas,

> películas, programas de televisión y todos los valores de clase que no tienen este respeto. Ciertamente, Gramsci tiene la capacidad de analizar el foletim, que es un producto que tiene un cierto nivel de aspiraciones populares y elementos afectivos culturales, pero que puede desearse, pero ciertamente sentirse (CAPARELLI, 1982, p. 121) .

Aquí, anticipo que Martín-Barbero (2009) viene desarrollando en *Dos meos como medios*: la eficacia de una producción televisiva en la captación de núcleos y menciones tiene mucho que ver con la relación que se establece con la cotidianidad de su público, aunque sea, o por ser, una cotidianidad pobre y repetitiva, familiar, comunicadora, alcohólica. El éxito de las producciones de alto nivel es aún más exigente y explora la lógica más lógica: el "espectáculo de la ue", vulgar, banal, descrito por Paula Sibilia (2008), procediendo, sobre la base de este cariñosamente identificativo, aún más íntima, acelerando los índices de circulación y rotación, acumulando capital y su reafirmación estética e ideológica de los poderes de la "sociedad del espectáculo" (DEBORD, 1997 [1968]) conforme a su matriz, cultura de consumo y saxã estadunidense.

Sin embargo, estamos entrando en una nueva fase de propiedad adecuada del capital dependiente con el capitalismo central. La crisis del modelo "Fordista", modelo que condujo a la expansión industrializadora del capitalismo global en Pós-Guerra, también está en crisis con el tipo de relación Centro-Periferia-dependiente que se está estableciendo. El proyecto desevolucionista periférico está a punto de ser abandonado, como lo demuestra el debriefing de la industrialización en Brasil después de la reurbanización, que definitivamente será consumido por el electorado de 2018 o "pacto colonial". Nisso, el futuro de la Red Globo, muy beneficiado por términos anteriores, se encuentra en suspensión. Se puede percibir claramente que está haciendo un gran trabajo de reposicionamiento, en cuanto a tecnología y programación, en este nuevo escenario. Pero, como Sergio Caparelli, hace mucho tiempo que escribimos su libro a muchos títulos pioneros, sin depender de él. Depende, sobretudo, dos novos rumos que tomarem os nossos cinculos de periferia.

Referencias

ADORNO, TW; HORKHEIMER, M. Una industria cultural: Illuminati como mistificación masiva. *En*: COSTA LIMA, L. (Org.). **Teoría de la comunicación de masas**. Río de Janeiro: Paz e Terra, 1982 [1969].

BAMBIRRA, V. **El capitalismo dependiente de América Latina**. México: Siglo XXI, 1974.

BOLAÑO, C.**Industria cultural, información y capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOMENY, H.**Newton Sucupira y los rumores de educación superior**. Brasilia: Paralelo 15, 2001.

CAPARELLI, S.**Televisión y capitalismo en Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARDOSO, FH; FALETTO, E.**Dependencia y desarrollo de América Latina**: estudio de interpretación sociológica. Río de Janeiro: Zahar, 1969.

CARAWAY, B. El trabajo de la audiencia en el entorno de los nuevos medios: una revisión marxista de la mercancía de la audiencia. Medios, cultura y sociedad, v. 33, núm. 5, pág. 693-708, 2011.CHEN, C. ¿Es la audiencia realmente una mercancía? Una perspectiva marxista sobredeterminada de la economía de la televisión.*En:*REUNIÓN ANUAL DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN, 2003, San Diego. **Actas**[...]. San Diego: ACI, 2003.

COSTA LIMA, L. (Org.).**Teoría de la comunicación de masas**. Río de Janeiro: Paz e Terra, 1982 [1969].

DANTAS, Marcos.**Comunicaciones, Desarrollo, Democracia**: Desafíos brasileños en el escenario de la globalización de los medios, São Paulo, SP: Perseu Abramo, 2013.

DANTAS, Marcos. Semiótica del mercado: para una introducción a la economía política del signo.**Revista Eptica**, v. 20, n.1, 2018, págs. 139-160.

DANTAS, Marcos. La lógica financiera de las plataformas de Internet: el tiempo de rotación del dinero en el límite de cero.**TripleC**, v. 17, núm. 1, 2019, págs. 132-158.

DEBORD, G.**Espectáculo dental asociado**. Río de Janeiro: Contraponto, 1997 [1968].

EVANS, P.**Una triple alianza**: como multinacional, como capital estatal y nacional sin desarrollo dependiente brasileño. Río de Janeiro: Zahar, 1980.

FONSECA, F. Grande Impresiones y ultraliberalismo: debate sobre el veto e impactos locales. En: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasilia.**Anais**[...].Brasilia, Intercom, 2006. Disponible en:http: //www.intercom. org.br/ papers/nacionais/2006/resumos/R0720-1.pdf . Consultado el: 15 de junio. 2020.

FRANCO, AG**Capitalismo y subdesarrollo en América Latina**. Nueva York: Monthly Review Press, 1969.

FUCHS, C. Dallas Smythe hoy: la mercancía de la audiencia, el debate sobre el trabajo digital, la economía política marxista y la teoría crítica: prolegómenos de una teoría del valor del trabajo digital.**TripleC - Revista de una Sociedad de la Información Global Sostenible**, v. 10, s. 2, pág. 692-740, 2012.

FURTADO, C.**Formación económica de Brasil**. Río de Janeiro: Fondo de Cultura, 1959.

FURTADO, C.**Disdevolvimiento y subdesenvolvimiento**. Río de Janeiro: Fondo de Cultura, 1961.

FURTADO, C.**Creatividad y dependencia de la civilización industrial**. Río de Janeiro: Paz y Tierra, 1978.

GARHAM, N.**Capitalismo y comunicación**. Londres: Sabio, 1990.

HARVEY, D.**Condición posmoderna**. São Paulo: Ediciones Loyola, 1996 [1989].

HUET, A.; ION, J.; LEFEBVRE, A.; MIÈGE, B.; PERÓN, R.**Capitalismo e industrias culturales**.Grenoble: Prensa de la Universidad de Grenoble, 1978.

JHALLY, S.; LIVANT, B. Mirar como trabajar: la valorización de la conciencia de la audiencia,**Revista de Comunicación**, v. 36, núm. 3, pág. 122-142, 1986.

LAZARSFELD, PF; MERTON, R. Comunicación de masas, organización de acción popular y social.*En:*COSTA LIMA, L. (Org.).**Teoría de la comunicación de masas**. Río de Janeiro: Paz e Terra, 1982 [1969].

MARINI, RM**Dialéctica de la dependencia**. México: Ediciones Era, 1973.

MARQUES, RM El trabajo y el valor de los medios sociales: un análisis sob como lentes del marxismo.**Trabajo y Educación**, v. 27, núm. 31, pág. 111-130, 2018.

MARX, K.**La capital**: Crítica de la Economía Política, Libro Segundo. São Paulo: Abril Cultural, 1984 [1885].

MARTIN-BARBERO, J.**Dos meos como medios**: comunicación, cultura y hegemonía. 6ª ed. Río de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MATTELART, A.**Multinacionales y sistemas de comunicación**. París: Anthopos, 1976.

MATTOS, S.**Historia de la Televisión Brasileña**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MICELI, S.**una noche de madrina**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

MILÁNESI, LA**París a través de Embratel**. Río de Janeiro: Paz & Terra, 1978.

RAMOS, Sr. Televisión en Brasil: desestatización, reprivatización y control público. **Texto**, Porto Alegre, v. 2, s. 4, pág. 1-20, 1998. Disponible en: seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3374/3958 . Consultado el: 15 de junio. 2020.

SANTOS, T.dos.**Imperialismo y dependencia**. México: Ediciones Era, 1978

______. Para una bibliografía sobre Teoría de la Dependencia.**Estudios Avanzados**, v. 12, núm. 33, pág. 137-146, 1998. Disponible en:https://www.scielo.br/pdf/ea/v12n33/v12n33a10.pdf . Consultado el: 15 de junio. 2020.

SCILLER, H.**Comunicación de masas e imperio estadounidense**. Nueva York: Augustos M. Kelley Publishers, 1970. SIBILIA, P. La intimidad con el espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

SIBILIA, P.**La intimidad con el espectáculo**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

SMYTHE, DW Communications: Punto ciego del marxismo occidental.**Revista canadiense de teoría política y social**, n. 1, v. 3, pág. 1-27, 1977.

SODRÉ, M.**Monopolio de fala**. Petrópolis: Editora Vozes, 1981.

STRAUBHAAR, JD El declive de la influencia estadounidense en la televisión brasileña.**Comunicación y Sociedad**, n. 9, pág. 61-77, 1983.

WILLIAMS, R.**marxismo y literatura**. Río de Janeiro: Zahar, 1979.

VIEIRA PINTO, Á.**El concepto de tecnología**. Río de Janeiro: Contraponto, 2005.

ZALLO, R.**Economía de la comunicación y la cultura.**. Madrid: Akal, 1988.



Una revolución que no existió: el decreto que el poder podía transformar el modelo de radiodifusión en Brasil

La revolución que no existió: el decreto que podría haber transformado el modelo de financiación de la radiodifusión en Brasil

La revolución que no existió: el decreto que podría haber transformado el modelo de financiación de la radiodifusión en Brasil

Octavio Penna Pieranti

Profesor del Programa de Posgrado en Medios y Tecnología de la Unesp (PPGMiT / FAAC / Unesp)

Contacto:octavio.pieranti@gmail.com

Recibido: 16.11.2020 - Aprobado: 06.09.2021

Resumen

Históricamente ha carecido de un modelo financiero estable y es uno de los problemas de las emisoras y locutores estatales. Este artículo tiene como objetivo presentar un acta de decreto, formulado en 1973, y discutir sus posibles impactos, que pueden incluir el establecimiento de una fuente de recursos para estos temas y su reestructuración. Sin embargo, este decreto no ha sido publicado y su contenido permanente ha sido hecho público por el público en general en el caso de la búsqueda real.

Palabras clave: Decreto. Emisión de radio estatal. La radiodifusión pública. Financiamiento.

Resumen

Históricamente, el fracaso de un modelo de financiación estable es uno de los problemas de los emisores estatales y públicos. Este artículo tiene por objeto presentar un proyecto de decreto, formulado en 1973, y discutir sus posibles impactos, que pueden incluir el establecimiento de un fondo fuente para estos temas y su reestructuración. Sin vergüenza, este decreto nunca fue publicado y su contenido fue descontinuado para el público en general hasta que se llevó a cabo la investigación real.

Palabras clave: Decreto. radiodifusión estatal. Radiodifusión pública. Financiación.

Resumen

Históricamente, la falta de un modelo de financiación estable es uno de los problemas de las emisoras estatales y públicas. Este artículo tiene como objetivo presentar un proyecto de decreto, formulado en 1973, y discutir sus posibles impactos, que podrían haber incluido el establecimiento de una fuente perenne de fondos para estas emisoras y su reestructuración. Sin embargo, este decreto nunca se publicó y su contenido permaneció desconocido para el público hasta que se llevó a cabo la presente investigación.

Palabras clave: Decreto. Radiodifusión estatal. Radiodifusión pública. Financiación.

Introducción

La sostenibilidad de los emisores estatales y públicos es, sin duda, uno de los grandes desafíos de este segmento. Décadas de publicidad comercial, principal fuente de financiación del sistema privado, son negadas por los sistemas integrados del sistema, al tiempo que las registran, en muchos casos, en la oscilación de la audiencia pública.

Como será durante mucho tiempo en este artículo, siempre habrá un escenario para esto. Emisoras del Gobierno Federal y Comercial de Publicidad Veicular en Polvo No Día a Día; com isso, viabilizaram suas atividades, contrataram grandes estrelas e concorreram com privatas privates. También hay momentos de restricciones al uso de estas formas de financiación, pero no absolutas. Sin embargo, han intentado la creación de mecanismos alternativos, como la Contribución a la Radiodifusión Pública (CFRP), que garantizará la sostenibilidad de la Empresa Brasileña de Comunicación (EBC); porem, objeto de judicialización, no alcançou este meta.

Y tengo, por tanto, un proyecto de decreto de dictadura militar que, de publicarse, sería el primer paso hacia una revolución financiera de los emisores emitidos por el gobierno federal, así como efectos sobre los establecimientos privados. El objetivo de este artículo es registrar esta historia, presentando un minuto y discutiendo sus posibles impactos para la radiodifusión.

Ejecutado en procesos físicos durante las últimas casi cinco décadas, este proyecto de decreto fue encontrado, sin embargo, en el caso de otra búsqueda, desarrollada por el autor, en la primera fase de Radiobrás, respuesta pública responsable, a partir de 1976, por varios federales. Esta inversión es tan corriente como la nuestra pero miles de páginas de documentos públicos, que se pueden obtener, por otro lado, con base en Lei nº 12.527, del 18 de noviembre de 2011, a Lei de Acceso a la Información. La mayoría de estos documentos, aunque "públicos" desde el punto de vista de la conciencia, no están digitalizados y, en consecuencia, disponibles, de forma ostentosa, al público en general.[1].

1 Graduación de la Superintendencia del Patrimonio de la Unión en Río de Janeiro, integrando la estructura del Ministerio de Economía (SPU-RJ/ME), especialmente coordinadora Ana Maria Batista Soares y archivista Marcia Fer nandes Baptista, no respondedora del Acervo Proyecto Documental, reunión, digitalización y disponibilidad de este material.

La próxima sección de este artículo abordará el modelo de financiamiento de los emisores del gobierno federal a raíz de la discusión del decreto y el contexto en el que fue formulado. Se presentará en el acta del decreto. En la película, habrá resultados e impactos que este documento, si se aprueba, se aprobará.

Breve historia del financiamiento de emisores estatales y públicos

Expresado a principios de la década de 1930, en la Radio Nacional, transmitiendo al gobierno federal, no hubo competencia real mucho antes de la década de 1950, en la era de Ouro. Con una programación popular, encaja en los cuatro nombres principales del mu-

sical, mientras ve la televisión da sus primeros pases: de Cauby Peixoto a Humberto Teixeira, o Bacharel do Baião; de Dick Farney al Maestro Radamés Gnattali; de Silvio Caldas en Orlando Silva, el éxito de la Radio Nacional, que maneja con más de dos decenas de músicos contratados (SA-ROLDI; MOREIRA, 2005). Emilinha Borba y Marlene disputaron el título de Rainha do Rádio; Francisco Alves, o Rei da Voz, fue sucedido por Francisco Carlos, el primer Reido Rádio. Humoristas, periodistas, radialistas y artistas como Heron Domingues, Paulo Gracindo, Paulo Tapajós, Brandão Filho, Walter D'Avila, Mário Lago y Daisy Lúcidi son proyección nacional.

Manter esta selección de artesanía nacional. El emisor también podrá disponer de algunos de los equipamientos del área central de Río de Janeiro, la Edificación Noit, y los equipamientos necesarios para su funcionamiento. No tenemos especificaciones precisas para estas épocas, pero sí considerablemente los recursos que necesita el gobierno federal, a través de la Superintendencia de Empresas Incorporadas a la Junta del Patrimonio Nacional (SEIPN), a la que gana la Radio Nacional.

Otras fuentes de renta central eran la publicidad: comercial (productos y servicios) o institucional (enfocada al apoyo al mercado), entidades públicas o empresas privadas, no tenían restricciones consistentes con esta práctica. Nuestros aureos tempos, dizia-se que chegava a faltar spacaco na grad de programación de para tanta publicidad, obrigando a Rádio Nacional a recusar novas inserções (LAGO, 1977). Sin embargo, los programas se nombran de acuerdo con sus principales anuncios o patrocinio durante transmisiones explícitas: assim, “Reportero*Esso*"," Radio Almanaque*Kolynos*”,“Revista*Old Parr* "," Diccionario*Ponche*"," When the Masters Meet "(con el patrocinio de*Walita*), “A paus que refresca” (patrocinado pela Coca-
- Cola), “Nada além de dois minutos” (apoyado por Gessy) y varios otros sumados a la duración de los días y horas, seguidos de millones de aportes (SAROLDI; MOREIRA, 2005; AGUIAR, 2007).

En la década de 1960, sin embargo, a Brasil se le permitió revisar el permiso de publicación de las emisoras federales. Vale lembrar que, naquela época, a TV comécou a se popularize en os empresários doet de radiodifusão settar Passam a atuar de forma mais coordenada, kriando a Brasileira Asissoras de Rádio e de Televisão (Abert) em 1962. Essi articulaç fue aprobada por la National Congreso, con voto nominal, en cada uno de los votos inestables emitidos por el presidente João Goulart sobre el Código de Telecomunicaciones de Brasil (PIERANTI; MARTINS, 2007).

Hace menos de dos años, el gobierno de Goulart fracasó, iniciando una dictadura militar que, por cierto, tuvimos nuestros primeros momentos, con un importante apoyo a los principios fundamentales de la comunicación de paz (JAMBEIRO, 2002; MATTOS, 2002). Naqueles dias abril de 1964, a Rádio Nacional, afastando-se dos seus malhores anos, y passou por un expurcho proceso motivado por denuncias de algunos de sus funcionarios. El resultado fue, un

principípio, o afastamento ou a investèção de 148 profissionais, dos quais 36 foram demitidos em julho, com a edição do Ato Institucional nº 1 (LAGO, 1977; SAROLDI; MOREIRA, 2005; AGUIAR, 2007).

En febrero de 1967, cuando estaba consolidando mi servicio militar como representante institucional del Empleado de Radiodifusión, fue modificado por el Decreto-Lei nº 236. Estos instrumentos normativos normalmente están limitados por los límites de fuera de control y control de las radios. TV para una sola entidad (válido si está presente) y para establecer un rol de infractores y posibles sanciones aplicadas a las emisoras. Interesa, porem, este artículo sobre un tema abordado por decreto-lei: la creación de la televisión educativa.

Este nuevo servicio está asociado al objetivo de transmitir audiencias, conferencias, debates y programación afins - e, salvo esporádicas esporádicas, jamais viria a ter apenas esse typo. El decreto-le previu, ainda, que seriam reservó canales para estas estaciones en municipios con población superior a cem mil habitantes y que el Poder Ejecutivo Reglamentó la transmisión de programas educativos a las emisoras comerciales por, como máximo, cinco horas a la semana. Las transmisiones de televisión educativa pueden realizarse en lugares públicos, en universidades y en fundaciones públicas o privadas, pero no en empresas, y el servicio no tiene finalidad comercial. Por lo demás, como el primer párrafo del art. 13 del decreto-lei, ficou “considera la transmisión de cualquier propaganda, directa o indirecta, como el patrocinio de los programas transmitidos,

Si hay objeción de conciencia en decreto-ley: la inexistencia de finalidad comercial no tiene por qué implicar muerte y cualquier propaganda y mecenazgo. De no ostentar esta disposición legal, esta última facultad de modelado puede ser practicada, por ejemplo, por otras entidades que tengan decisiones mercantiles de reformar en su marca, atrelando-a una programación educativa.

Además, la publicación de publicaciones no estuvo acompañada de la creación de un nuevo modelo de sustentabilidad para estas emisoras. En pocas palabras, la principal fuente de financiación de la radiodifusión en Brasil, que es importante, en la práctica, es proporcionar entidades de respuesta para estos establecimientos y mantenerlos con sus propios recursos. En suma, se estima la creación de una conjunción de nuevos emisores, por definición, deficitarios, sí que con incapacidad para sostenerse y, por tanto, se desvanece hacia la dependencia de entidades que se mantinham.

Bajo el modelo de financiamiento publicitario, consagrado a la Radio Nacional hasta la década de 1950, y por la televisión educativa, impedimento para su utilización, el gobierno federal aún no encuentra alternativas de solución. Uno de ellos fue proporcionado, incluida la Medida Provisória (MP) nº 398 de 2007, en una serie de fuentes de financiación múltiples para la EBC, que incluye,

por ejemplo, la tradicional declaración pública; a la publicidad institucional; recibos recibidos con la prestación de servicios; Doações ea CFRP (essa ultlima kriada durant a analize da MP pelo Congresso Nacional and aceita pelo Poder Executivo, that não a veto).

Otra alternativa data de la década de 1970. El nombre de "Radio Nacional" fue, entonces, utilizado por un grupo de emisoras que operaban en Radiobrás, una empresa pública responsable de las emisoras federales (excluidas las consideradas educativas). Uno de los fines de la empresa fue expandirse a la radiodifusión en la región amazónica, pero se considera un atractivo comercial para las emisoras privadas. Nesse contexto el Ministerio de las Comunicaciones publicó en la Portaria nº 1.287, de 12 de febrero de 1977, que prevaleció la operación de Radiobrás de 16 estaciones en los medios (OM) y los tropicales (OT) en Mato Grosso y varios estados de la región Norte. O punto III[2]de la portada dice: "nuestras localidades no cuentan con un prestador de servicios de radiodifusión existente, ya que los emisarios podrán realizar vehículos de transporte público".

No encontramos registros de recibos emitidos por nuevos emisores con base desechables, pero la lógica permite solo aquellos que no tienen valores relevantes. Si no había emisores en las localidades, era precisamente porque no había interés comercial, que normalmente se explicaba por la gran capacidad de los anunciantes para gestionarse como emisores. Assim, una portoria autorizada como nuevos emisarios por Radiobrás para registrar un mercado publicitario, en la mejor de las hipótesis, frágil - y, en la peor de ellas, inexistente.

Ese escenario, sin embargo, será modificado antes de la creación de Radiobrás. Se incluiría una alternativa financiera estable.

El decreto “cuasi”

Se espera que el éxito de la Radio Nacional de Río de Janeiro se instale en la nueva capital federal. La Radio Nacional de Brasil entró en funcionamiento experimentalmente en mayo de 1958 y, el 31 de este mes, el Presidente de la República, Juscelino Kubitschek (2009), la inauguró oficialmente. Sin día de inauguración de Brasilia, encomendó el funcionamiento de la TV Nacional, también el gobierno federal.

Las expectativas iniciales son frustrantes. A pesar de su mayor relevancia, la Radio Nacional OM de Brasil aún no ha visto la emisión que ha visto el emisario de Río de Janeiro en nuestro tiempo. Sí, en TV Nacional, se puede decir que es relevante por el tiempo de su existencia: carece de programación, potencia y equipamiento moderno y, durante varios años, se dedica a retransmitir programación de emisoras privadas que no están instaladas en la naciente capital. Una TV Radio Nacional de Brasil (TVRNB), organismo creado para hacer dos emisoras, oscilando, en sus primeros años, en garantía

2 El puerto no tiene artículos diminutos, la forma más común de edición de instrumentos normativos en Brasil, envió compost por tres itens.

de su propia autonomía como empresa pública o dependencia de la Radio Nacional de Río de Janeiro, a la que finalmente gana, perdiendo su condición de empresa autónoma, según la SEIPN.

Los esfuerzos del Gobierno Federal para reemplazar la transmisión de radio patamar en 1973. La dirección de TVRNB, sin embargo, realizó una licitación internacional que precedió a la historia de Brasil: con el objetivo de cubrir todo el mundo (SAROLDI; MOREIRA, 2005), pretendía comprar decenas de transmisiones en OM, FM y nuestros atajos (OC), enviando estas últimas series distribuidas en tres parques de transmisión en Brasilia, Mamanguape (PB) y Boa Vista. Tratamiento del Sistema de Radiofusión Alta Potencio (SIRAP). Las dos primeras transmisiones en OC y OM, ubicadas en la capital federal, fueron inauguradas por el Presidente de la República, Emilio Médici, a cuatro días de su mandato, en marzo de 1974.

A partir de ahí, las perspectivas de TVRNB cambian drásticamente. El gobierno de Ernesto Geisel, sucesor de Médico, espera que la Radio Nacional cubra la Amazonía, región considerada prioritaria para la seguridad nacional (PIERANTI, 2019), y no el mundo entero. TVRNB no tiene acceso a recursos adecuados para pagar rutinariamente el consumo de energía de los transmisores. Paralelamente a esta situación, se realizó un auditorio sobre la base de diversos problemas relacionados con su gestión, entre ellos la falta de planificación condicionada y de los recursos necesarios para mantener en funcionamiento el SIRAP. En menos de cuatro meses, los dos transmisores requeridos, instalados e inaugurados por Médicos y Trabajadores de Forma Intermitente y serían interrumpidos por irradiación por parte de los modismos inicialmente previstos,

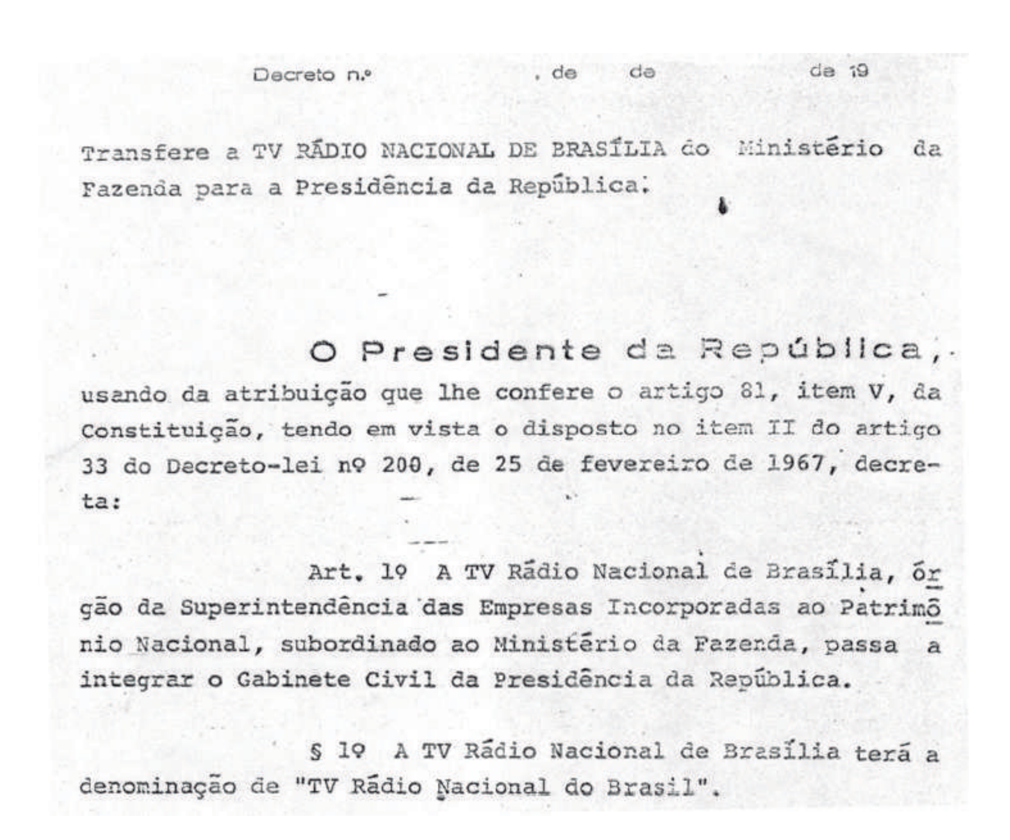
Coube a Cavalcanti de Melo, director general de TVRNB, postulado por el Consejo Médico y uno de los mayores entusiastas del SIRAP, se justifica con la SEIPN. Assim o fez por meio de diversos documentos, entre os quais o Ofício nº 209-DG / 74, dirigido al superintendente das EIPN, de 25 de mai de 1974. Promesa, recibida el jueves de 1973, de un decreto que resuelve la cuestión:

> Se debe emitir un certificado de publicación del decreto en o antes del mandato del Presidente Emilio G. Médici. El acompañamiento de los trámites fue de hecho personalmente en el Cel. Leo Guedes Etchegoyen, Jefe de la Asesoría Especial del Presidente de la República, y su asesor directo, o prof. Roberto Nogueira Medici. Estas dos autoridades se refieren a la firma que será decretada (TVRNB, 1974, p. 8).

No se pierde la esperanza de una fundación. El proceso de obituario en este caso consiste en un acta de decreto, en la integración de estos artículos, que, además de revolucionar el financiamiento de la radiodifusión en Brasil, puede reestructurarse como una emisora   estatal. La siguiente página de este artículo es de este documento; nunca editado, el decreto nunca entró en vigor.

Figura 1-Acta de Decreto en TV Radio Nacional de Brasilia (1)

Fuente: Archivo SPU/ME.



Decreto n.º , de de de 19

Transfere a TV RÁDIO NACIONAL DE BRASÍLIA do Ministério da Fazenda para a Presidência da República.

O Presidente da República,

usando da atribuição que lhe confere o artigo 81, item V, da Constituição, tendo em vista o disposto no item II do artigo 33 do Decreto-lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967, decreta:

Art. 1º A TV Rádio Nacional de Brasília, órgão da Superintendência das Empresas Incorporadas ao Patrimônio Nacional, subordinado ao Ministério da Fazenda, passa a integrar o Gabinete Civil da Presidência da República.

§ 1º A TV Rádio Nacional de Brasília terá a denominação de "TV Rádio Nacional do Brasil".

El logo no se inició, justo antes de la renuncia de TVRNB a la "Radio Nacional de Brasil" y su victoria no sólo en la SEIPN, sino también en el Gabinete Civil de la Presidencia de la República. Curiosamente, pero una década después, Radiobrás responde a transmisiones de TV y de radio como "Nacional", además de ser referida al Ministerio de las Comunicaciones y pasar por la integración del Servicio Civil de la Oficina de Prensa.

En 1973, en el momento del acta de decreto, esta tentativa de muerte podría terminar como una expectativa de mejoría.*estado*de TVRNB y de la comunicación institucional del gobierno. Finalmente, como los emisores están afiliados a SEIPN, un superintendente receptivo a las empresas establecidas tiene una gran cantidad de ahorros, que incluye ferrocarriles y frígidos Armazens, emisores y emisores. Passariam puede estar subordinado directamente a la Presidencia de la República, no disputando con intermediarios ni dialogando con Palacio

a Planalto. Es cierto que esta lógica, en la práctica, puede representar un ejército. En este punto se vigilará la autonomía del poder de TVRNB, y la Presidencia del Gabinete Civil de la República contará con empresas más diversas pero naturalmente diferentes como SEIPN.

Esta propuesta era, de hecho, contraria a la reforma administrativa promovida por el Decreto-Lei nº 200 de 1967. Con el objetivo de descentralizar y dar autonomía a la administración indirecta (BRESSER PEREIRA, 2005), o decreto-lei, entre otros medios, gravaba sobre la notificación de entidades a ministerios temáticos en detención de su concentración en la torre de la Presidencia de la República.

Otro símbolo de*estado*La constante del artículo primero del decreto fue el cambio de nombre. Mientras no vivamos en nuestros tiempos, la Radio Nacional de Río de Janeiro es la principal y más relevante emisora federal. El texto, la pornografía, el reconocimiento del registro de Brasil como estación *hacer Brasil,*sem tratar dos desdobramentos disse mudança.

Simbologías por parte, de conformidad con el decreto de establecimiento, en su art. 3º, competencias para TVRNB. Entre las etapas de "producir y transmitir programas para el exterior, en idiomas extranjeros [...], para contribuir al mejor conocimiento de la realidad brasileña" (incisión I); "Sistematizar y telecomunicar las emisiones radiales como Poderes Públicos para la Paz y el Exterior" (Inciso II); y "elaborar y ejecutar un plan de radiodifusión interna (sonora y televisiva), que cubra en particular la región amazónica, cubriendo ensayos o estaciones locales" (inciso IV). Vista previa, además, que a TVRNB podría planear una construcción de su sede.

Assim teria sido consagrado, em ato do President da República, o SIRAP com a sua formatação original, ou seja, com o foco central de cobrir o exterior, levando ao mundo a vision da ditadura militar braisileira sober si mesma. La formación de un discurso amazónico, también, puede sustentarse en los sucesivos planes federales que han propiciado el desarrollo de la región, fueron ilustrados en el texto. A pesar de la no edición del decreto, este foco está en la serie de Radiobrás por segunda vez desde la década de 1970.

Una creación de un "*tenencia*de emissoras federais "sí se discutió en el gobierno federal, por lo menos, desde 1971 (CORSETTI, 1971). Un modelo similar se sumó a los Télébrés, a partir de la década de 1970, sin mencionar a los proveedores federales de servicios de telecomunicaciones. Al momento del decreto, no trataremos este punto, desconociendo el debate existente y presentando una carta a TVRNB, con el valor de su importación. Fue dirigido a Radiobrás en su serie aprobada en 1975 o "empresa*tenencia*"¿Cómo es que funciona el próximo año?

Figura 2-Acta de decreto en TV Radio Nacional de Brasilia (2)

Fuente: Archivo SPU/ME.

Art. 6º A TV Rádio Nacional do Brasil poderá participar da distribuição, para todo o território nacional, de "video-tapes", fitas sonoras e filmes produzidos por órgãos governamentais, pelo Centro Brasileiro de TV Educativa e outros organismos produtores especializados.

§ 1º A relação produção-distribuição será regulada através de convênio;

§ 2º Na atividade de distribuição, e exclusivamente para este fim, fica a TV Rádio Nacional do Brasil equiparada às agências ou aos agenciadores a que se referem a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

oh arte. 6º una minuta conferencia sobre TVRNB, agencia de noticias y centro de distribución de material audiovisual sobre el gobierno federal con los recursos tecnológicos existentes en la época. Esse papel viria a ser desempenhado por diferentes entidades, nem semper sem integrat, nas decadas decuintes e, na segunda metade da decada de 1990, o gobernador federal montaria seu canal de notícias, a NBr. Este artículo sigue una previsión importante para el financiamiento de los emisores estatales.

figura 3-Acta de decreto en TV Radio Nacional de Brasilia (3)

Fuente: Archivo SPU/ME.

Art. 7º Os órgãos da administração federal aplicarão na TV Rádio Nacional do Brasil percentagem não inferior a 25% (vinte e cinco por cento) dos seus recursos destinados à promoção geral por televisão e rádio.

§ 1º A participação de que trata este artigo será regulada por convênio a ser firmado entre a TV Rádio Nacional do Brasil e os patrocinadores oficiais.

§ 2º Os convênios poderão ser celebrados com Estados e Municípios, de conformidade com o parágrafo 3º do artigo 13 da Constituição Federal.

§ 3º As atividades da TV Rádio Nacional do Brasil, como órgão prestador de serviços para a área do Poder Público, deverão ser adequadas por via de convênios de serviço e contrapartida entre ambas as entidades, com a estrutura da Agência Nacional, entidade integrante do Gabinete Civil da Presidência da República.

Una cuarta parte de los recursos de los órganos públicos federales destinados a la "promoción general por televisión y radio" se destinará al financiamiento de TV Rádio Nacional do Brasil. Diversos autores llaman al gobierno federal, durante la dictadura militar, como el mayor locutor del país (ABREU, 2003; LENE, 2010; AS RELAÇÕES..., 2014; NETTO, 2015). Cabe da como resultado la referencia a "órganos públicos federales", o más bien, a la administración directa (en particular a los ministerios y secretarías específicas). En el texto de la minuta, esta dinámica no es necesariamente necesaria para empresas públicas, fundaciones y subastas, entre otras.

Assim, puedo imaginar este pronóstico como un estopim. Si se requiere una administración del gobierno federal, ¿por qué la administración no tiene una obligación seria de contribuir con un quintillizo? Pero ¿qué es: estados y municipios, gran parte de los muelles conducidos por gobiernos con afinidad ideológica con la dictadura militar, también destinados a emisarios federales por sus recursos? Antevendo esta posibilidad, el decreto prevé explícitamente la posibilidad de celebración de convenciones con ess entes para su perfeccionamiento.

Declarar por decreto una parcela de llamados promocionales del gobierno federal a los emisores estatales será un medio pionero, nunca oficializado desde 1973. Sus impactos han sido muy desde la radiodifusión estatal, como será el apartado final de este artículo.

No es posible tener ninguna certeza sobre la naturaleza del impacto del decreto en términos financieros. Los invitados del gobierno federal con publicidad durante muchos años no son públicos. Sin embargo, aunque pueda ser divulgado, no es objeto de una sistematización rigurosa que permita consolidar una serie histórica. No fue encontrado, en el momento de esta reunión, el número total de invitados del gobierno federal con publicidad en 1973. Diferentes medios de comunicación, en 2020, que el gobierno federal pretende aumentar en cerca de R $ 500 millones en valor destinado para la comunicación institucional (RESENDE, 2020). De hecho, el registro de “comunicación institucional”, en 2021, en el portal del gobierno federal es de R$ 478,48 millones (BRASIL, 2021). No está claro, sin embargo, El porcentaje de este valor destinado a transmisiones de radio y televisión que no sean los valores mostrados en otros apartados del régimen federal puede ser utilizado para esta finalización por las entidades públicas en general. Como referencia, me gustaría citar que la previsión presentada por EBC para 2020 fue de alrededor de R $ 630 millones (PIERANTI, 2020).

Figura 4-Acta de Decreto en TV Radio Nacional de Brasil (4)

Fuente: Archivo SPU/ME.

Art. 9º O Ministério das Comunicações outorgará à TV Rádio Nacional do Brasil, na forma da legislação vigente, os canais de ondas médias, curtas, tropicais e frequência modulada, inclusive os de televisão, que se fizerem necessários ao atendimento dos seus serviços e à sua expansão.

Para el cine, otro dispositivo que es Merace. No. Despacho 209-DG/74 (y demás manifestaciones), el Director General con el auspicio del Ministerio de Comunicaciones en cuanto a los principios fundamentales que intervienen en la implementación del SIRAP. El órgano, en segundo lugar la relación, no responde a las exigencias de la TVRNB, inviolablemente, con su silencio, procedimientos técnicos necesarios para la instalación de los transmisores y el funcionamiento de los emisores. En el acta del decreto, el mismo utilizando terminología imprecisa ("outorgará [...] canais"), obrigava o organo, en la práctica, a esperar los alegatos formulados por el TVRNB -imposición de renta para considerar la viabilidad efectiva de los pedidos, o queidia, se aprecian por el ministerio, caso por caso, en cualquier caso de naturaleza.

Consideraciones finlandesas

Inicialmente, en este apartado, el Cabe aprobará la extensión de las disposiciones del decreto al financiamiento de la radiodifusión estatal. Como se mencionó, la dictadura militar fue considerada el principal locutor de los meses de comunicación en la década de 1970. Aunque no se hayan encontrado tenhams que permitan al autor reafirmar este máximo en el largo plazo de la guerra militar, se puede notar que históricamente el (los) gobierno (s) federal (es) tiene un anuncio relevante para los medios brasileños.

Un acta de decreto no requiere necesariamente todos los recursos de publicidad. Como se mencionó, el texto citado como “promoción general” es un término impreciso que puede ser objeto de duda. No se dispone de recursos para su publicación por parte de las empresas públicas (que solo invertimos en publicidad como órganos administrativos directos), estados y municipios, para que el texto se establezca como una alternativa legal al mismo. Assim, como se mencionó anteriormente, proporcionó un poder notarial en el momento de una orden de desalojo. Si ya se ha requerido a la administración que colabore con el financiamiento de la TV y la Radio Nacional, ¿por qué no otras entidades públicas y entidades públicas?

Cabe descarga otros dos posibles impactos de minutos para la radiodifusión en Brasil. El primer respiro de la radiodifusión privada. Si el gobierno federal se propone poner a disposición de una empresa pública el 25% de sus recursos destinados a la promoción general, entonces no pone ese valor, por supuesto, a disposición de los emisores privados. Ou seja: modelo nesse, una ampliación de la financiación de la radiodifusión implica implicación y reducción del verbo para la radiodifusión privada. El mercado publicitario de época era considerablemente menos importante que el actual, con un número menor de grandes anunciantes disponibles en Brasil para reemplazar el papel del gobierno federal.

El segundo impacto de este respeto está en el modelo de financiación de la radiodifusión estatal y, décadas más tarde, de los radiodifusores públicos. Como se informó inicialmente, una de las mayores fallas de este segmento siempre se debe a su sostenibilidad y la búsqueda de estados financieros estables que, como garantía, brinden una gama de recursos fijos para ser viable. El gobierno federal tiene, sin embargo, el derecho de comprometerse con un porcentaje fijo y explícito de su recurso en esta materia, oscilando entre las alternativas que se han permitido desde la aprobación total del vehículo publicitario comercial. El segundo caso, sin embargo, cuando obliga a aumentar la dependencia de la valoración pública, el valor destinado a los emisores federales no corresponde a un porcentaje fijo e inmutable.

Assim, el decreto o presentado, caso tivesse vigorado, poderia ter mudado, também nesse aspecto, una lógica de la financiación de la radiodifusión estatal en Brasil. De perderse este modelo, sería razonable suponer que el poder sería una solución para la EBC, décadas después, e incluso para las emisoras educativas que regían el gobierno en el caso del modelo expansivo.

Por ejemplo, no importa cuánto se utilice la radiodifusión durante el servicio militar, quisiera señalar que el decreto puede ser revocado o forzado para crear Radiobrás como*tenencia*de los emisarios vinculados al gobierno federal. Finalmente, se incluye el texto como emisarios de Brasil con condición de establecimientos*a Brasil*, elevando seu*estado*perante as demais estações.

No se ha asignado un acta, nunca entró en vigilancia y permanece ejecutado en archivos físicos que deberán ser redescubiertos al momento de esta búsqueda y consignados en el siguiente artículo. Assim, pero eso refleja lo que es.*prestes*presentar, pretende recuperar una parte específica de la memoria de las comunicaciones en Brasil - una parte que, en este caso, podría crear otra perspectiva para las emisoras estatales y para las emisoras públicas que será implementada ahora.

Referencias

ABREU, AA Periodistas y periodismo económico en la transición democrática. *En:*ABREU, AA de; LATTMAN-WELTMAN, F.; CORNIS, MA**Medios y política en Brasil**: periodismo y ficción. Río de Janeiro: FGV, 2003.

AGUIAR, RC**Almanaque de la Radio Nacional**. Río de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.

COMO RELACIONES DE PUBLICIDAD CON DITADOR.**Meio y Mensaje**. 31 de marzo 2014. Disponible en:https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2014/03/31/as-relacoes-da-publicidade-com-a-ditadura.html . Consultado el: 13 de noviembre. 2020.

BRASIL. Controladoria-Geral da União (CGU). Comunicación institucional. **Portal de Transparencia**, 5 juegos. 2021. Disponible en:http: // transpa-

rencia.gov.br/programas-e-acoes/acao/2017-comunicacao-institucional . Acceso em: 5 juegos. 2021

BRESSER PEREIRA, LC Desde la administración pública burocrática pública. *En:* BRESSER PEREIRA, LC; SPINK, P. (Orgs.). **Reforma del Estado y Administración Pública General.** 6ª ed. São Paulo: FGV, 2005. pág. 237-270.

CORSETTI, H. **Exposición de Motivos nº 118.** Brasilia, 25 de ago. 1971. Mimeo.

UER. **Financiamiento de medios de servicio público 2018**. UER, 2018.

HOLTZ-BACHA, C. De Mercados y Oferta: Radiodifusión Pública en Alemania. *En:* LOWE, GF; HUJANEN, T. (eds.). **Radiodifusión y Convergencia**: Nuevas Articulaciones de la Función Pública. Gotemburgo: Nordicom, 2003. pág. 109-119.

JAMBEIRO, O. **Una TV en Brasil del siglo XX**. Salvador: EdUFBA, 2002.

KUBITSCHEK, J. **Donde se construyó Brasil**. Brasília: Senado Federal, 2009.

LAGO, M. **Equipaje de beira-estrada.** Río de Janeiro: Ed. Civilización Brasileira, 1977.

LENGYEL, M. De la 'radiodifusión estatal' a los 'medios de servicio público' en Hungría. *En:* IOSIFIDIS, P. (ed.). **Reinventar la comunicación de servicio público**: emisoras europeas y más allá. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2010. pág. 245-257.

LENE, H. El periodismo económico o la dictadura militar en Brasil: impulso y desarrollo. **Revista Famecos**, v. 17, núm. 2, pág. 24-32, mayo-agosto 2010. Disponible en: http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/7539/5404 . Consultado el: 13 de noviembre. 2020.

MATTOS, S. **Historia de la Televisión Brasileña**: una visión económica, social y política. 2ª ed. Petrópolis: Ed. Voces, 2002.

NETTO, DAC Nossos comerciais, por favor: una propaganda brasileira ea dititura militar (1964-1985). *En:* CONGRESO INTERNACIONAL DE HISTORIA, 7°, 2015, Maringá. **Anais**[...]. Maringá: UEM, 2015. Disponible en: http: // www.cih.uem.br/anais/2015/trabalhos/1388.pdf . Consultado el: 13 de noviembre. 2020.

INSTITUTO DE SOCIEDAD ABIERTA. **Televisión en toda Europa**: regulación, política e independencia - Volumen 1**.** Budapest: Instituto Sociedad Abierta, 2005.

PIERANTI, OP **Resistiendo a la radiodifusión pública**: búsqueda de la independencia en Brasil y Europa. Brasilia: Universidad de Brasilia, Facultad de Comunicación, 2018.

PIERANTI, OP **Memoria das Comunicações en Brasil**: entrevistas. Brasilia: Universidad de Brasilia, 2019. Disponible en: https://faclivros.files.wordpress.com/2019/03/livro_memoria-1.pdf . Consultado el: 13 de noviembre. 2020.

PIERANTI, OP ¿Una transmisión de radio pública es "cara demais"? Una evaluación de valoración de EBC. **Revista Eptica**, v. 22, núm. 3, set.-dic.-2020, pág. 6-23.

PIERANTI, OP; MARTINS, PEM Una Radiodifusión como ganga: escuchar el Código Brasileño de Telecomunicaciones. **éptico**

En línea,v. 9, s. 1, ene.-abr. 2007. Disponible en:https://octaviopieranti.files.wordpress.com/2020/09/220-619-1-pb.pdf . Consultado el: 13 de noviembre. 2020.

RESENDE, T. Bolsonaro quer cuasi-duplicado verbo publicación oficial en 2021. **Folha de S.Paulo**, 2 juegos. 2020. Disponible en:https: //www1. folha.uol.com.br/poder/2020/09/bolsonaro-quer-triplicar-verba-de-publicidade-oficial-em-2021.shtml . Acceso em: 5 juegos. 2021

SAROLDI, LC; MOREIRA, SV**Radio Nacional**: o Brasil en sintonía. Río de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

TVRNB.**Oficina 209-DG / 74**. Brasília, 25 de mayo. 1974.

WIMMER, M.**Derechos, democracia y acceso a los medios de comunicación masiva**: un estudio comparativo sobre el pluralismo interno en la televisión. Valle de Scotts: CreateSpace, 2014.

WOLDT, R. Radiodifusión de servicio público en Alemania: obstáculos en la autopista digital.*En:*IOSIFIDIS, P. (ed.).**Reinventar la comunicación de servicio público**: emisoras europeas y más allá. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2010. pág. 171-182.



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

El futuro del trabajo: entre la automatización y la integración entre humanos y máquinas

El futuro del trabajo: entre la automatización y la integración entre humanos y máquinas

El futuro del trabajo: entre la automatización y la integración entre humanos y máquinas

Rodrigo Brandao [1]

Licenciado en Sociología por la Universidad de São Paulo (USP), Encuestador de Humanidades del Área C4AI USP-FAPESP-IBM y Coordinador del Apoio Pesquisa en el Observatorio de Innovación y Competitividad (NAP-OIC), con sede en el Instituto de Estudios IEA) y USP .

Contacto:brandao-cs@usp.br

1 Graduación del Centro de Inteligencia Artificial (C4AI-USP) y el apoyo de la Fundación para el Desarrollo del Estado de São Paulo (proceso FAPESP # 2019 / 07665-4) y por IBM Corporation para la preparación de este número.

Recibido el: 03.05.2021 - Aprobado el: 15.10.2021

Resumen

Neste luego argumenta que, para entender los rumores de la obra, necesitamos analizar cómo los avances tecnológicos los impactan a medida que los componemos. Por ejemplo, presentar el modelo basado en tasas y discutir sus consideraciones teóricas a la luz de los descubrimientos empíricos sobre el avance de la Inteligencia Artificial en las empresas. Así, encontraremos elementos para concluir que los nuevos avances en nuestros estudios sobre el futuro del trabajo dependen de inversiones que eluciden como empresas y gobiernos procuran el avance tecnológico: abrirse para incentivar la automatización o alentarlos a integrar compõem os empregos.

Palavras-chave: Inteligencia artificial. Automatización. Emprego. Productividad.

Resumen

De esta forma, para comprender las direcciones de trabajo, analizaremos los avances tecnológicos que impactan en las áreas que componen las obras. Por ello, presentamos el modelo basado en tarifas y discutimos sus consideraciones teóricas a la luz de investigaciones empíricas sobre el avance de la Inteligencia Artificial en las empresas. Así, hay elementos para concluir que los futuros avances en los estudios sobre el futuro del trabajo dependen de investigaciones que esclarezcan cómo empresas y duendes buscan orientar los avances tecnológicos: son únicamente para incentivar la integración entre los seres humanos y los demás y las máquinas en las áreas que componer las obras.

Palabras clave: Inteligencia artificial. Automatización. Trabajo. Productividad.

Resumen

En este ensayo, argumento que, para comprender las direcciones del trabajo, debemos analizar cómo los avances tecnológicos impactan las diferentes tareas que constituyen los diferentes puestos de trabajo. Por lo tanto, presento el modelo basado en tareas y discuto sus consideraciones teóricas a la luz de los hallazgos empíricos sobre los avances de la Inteligencia Artificial en el sector privado. Con base en eso, concluyo que mayores avances en los estudios sobre el futuro del trabajo dependen de investigaciones que eluciden cómo las empresas y los gobiernos intentan guiar el avance tecnológico: solo para fomentar la automatización o también para promover integraciones exitosas entre humanos y máquinas.

Palabras clave: Inteligencia artificial. Automatización. Trabajo. Productividad.

2 Neste ensaio, define IA como "un sistema basado en una máquina que puede, para un conjunto dado de definiciones objetivas para humanos, hacer predicciones, recomendaciones o decisiones que influyan en entornos reales o virtuales. [...] Além disso, são 'máquinas que ejecutan funciones cognitivas como seres humanos' "(BERRYHILL et al., 2019, p. 12, traducción nossa). Estas características hacen de la IA una tecnología de proposición general, es decir, una tecnología a partir de la cual se pueden desarrollar otras tecnologías. Sin embargo, no es raro que sea un "perro guardián" de tecnologías, y también como sinónimo de "nuevas tecnologías" o "tecnologías emergentes", aunque IA, si no, es un nuevo campo de la ciencia de la computación.

Actualmente, 46 jurisdicciones nacionales o supranacionales, incluidas 15 de las principales economías mundiales, pueden o no haber desarrollado estrategias.

gias proprias de artificial intelligencia (IA) send, sendo que grande parte delas inclui, entre sus preoccupõoes centres, políticas voltadas à (re) qualificação profissional (KUNG; BOSKOVIC; STIX, 2020) - seja para viabilizar o emeusvivaloA seus areas, be prepare que el trabajo local sufra el impacto de estas tecnologías en el mercado laboral. ¿Qué impactos son estos?

La literatura académica sobre el futuro del trabajo ofrece diferentes respuestas a esta pregunta. Algunos autores publican sobre la extinción - pura y simple - de un número colosal de carros de trabajo en el virtuosismo de los avances sí en el curso de las tecnologías informáticas. Ford (2015), por ejemplo, sostiene que es cada vez más maniobrable y repetitivo a medida que los elementos que se distinguen por sus funciones cognitivas corren el riesgo de evaporarse. Frey y Osborne (2013), por su parte, señalan que, en nuestros Estados Unidos, aproximadamente el 47% de estos elementos de trabajo están en riesgo.

Otras agencias de calificación crediticia como promotores de la informática tienden a llevar a cabo una polarización del mercado laboral. Levy y Murnane (2004), por ejemplo, muestran que nuestros Estados Unidos de América está en proceso de formar la segunda división: desde un muchacho, lo que requiere habilidades cognitivas complejas de los trabajadores y de quienes están a su cargo; en caso contrario, puestos que solo los exigen en términos cognitivos, pero también aquellos que no garantizan un salario digno. Brynjolfsson y McAfee (2014) siguen un enfoque similar. Las autorizaciones de los autores nos permiten dividir los trabajos en cuatro categorías: (i) manuales y rutinarios (comunas en líneas de producción), (ii) manuales y no rutinarios (así como tipos de servicios*cuidado de la salud*), (iii) cognitivos y rotineiros (como, por ejemplo, el acompañamiento de existencias e inventarios), y (iv) cognitivos y no rotineiros (como la elaboración de una campaña publicitaria). Los avances en automatización, como estos, son especialmente importantes para quienes están fuertemente constituidos por las tasas de rutina, especialmente nuestras tasas de interés centrales, en particular, y los salarios intermedios.

Por ejemplo, autores como Ekbia y Nardi (2014), Beynon (2015) y Graham, Hjorth y Lehdonvirta (2017) abordan el estudio de las divisiones del mercado laboral procurando evidencias sobre los últimos avances tecnológicos en cómo materializarse en la invisibilidad de trabajadores Pero más específicamente, estos autores tienden a señalar que, en diferentes situaciones, el desarrollo tecnológico se fragmenta en trabajo humano y microtavers fácilmente transferibles de un país a otro.

Como se puede percibir, los autores antes mencionados son pesimistas en relación a los impactos de los recientes avances tecnológicos en el mundo del trabajo: o incluso aquellos que avanzan con el trabajo

3 Quisiera agradecer la definición del término “automatización” en la International Press Economics Review of the Political Economy of the European Union, que se publicó en el campus de Economics Policy.

humano o que lleva al mercado de trabajo a una situación polarizada, como describen Levi y Murnane (2004), que no tiene espacio para funciones que conjuguen salarios intermedios y actividades que no signifique no manuales cognitivos. Diante desses position, cabe indagar: a possibilidade de crassão de Creations desse ultimo tipo é, de fato, fraca - como a ausência desse topic no debate parece sugerir

- ¿O su potencial está ligeramente relacionado?

Procuro demuestra, la próxima vez, que las respuestas convincentes a preguntas como esta dependen del trabajo multidisciplinario para el futuro del trabajo. Con este objetivo, hemos realizado una revisión bibliográfica del modelo basado en tarifas, elaborado por los economistas Daron Acemoglu, David Autor y Pascual Restrepo, y discutido, principalmente, a la luz de los recientes descubrimientos de Paul R. Daugherty y James Wilson -dos liga ligas de administración de empresas - referente al avance de IA no interior de empresas de diferentes segmentos. De esta manera, encontramos elementos que me permiten concluir que, para entender los rumores de empleo, también debemos entender cómo las empresas y los gobiernos se involucran en el avance tecnológico: como la intervención humana más directa y las intervenciones productivas o los resultados de las máquinas.

El modelo basado en tarifas: fundamentos teóricos

El modelo se basa en la avalia tarifaria como economía sujeta a automatización, entendida como “una expansión en conjunto con tarifas que se pueden producir con capital” (ACEMOGLU; RESTREPO, 2018, p. 05). Nesse consideró que la automatización también se puede definir como la sustitución de capital variable (fuerza de trabajo) por capital constante (maquinaria, equipo, hardware y software) [3]. En términos técnicos, es muy importante cuando se trata de sustituir recursos humanos por expedientes tecnológicos y, en términos financieros, cuando el capital es suficientemente productivo, incentivando la sustitución de trabajadores con IA y tecnología robótica, así como (2018). Denominado efecto de dislocación (efecto desplazamiento), Esta sustitución -que puede traducirse en una fuerte reducción de la participación de los trabajadores y de los salarios a nivel nacional- no es una consecuencia posible del aumento de la automatización. Indicamos otros tres con capacidad de avanzar hacia el efecto redentor.

El primero de ellos es el producto de la productividad. En segundo lugar los autores en esto, la traducción estará, en la mayoría de los casos, en el aumento de la productividad y este aumento puede conducir al aumento de la demanda de trabajo. Isso porque las mejoras productivas se pueden convertir en productos y servicios más asequibles; en secuencia, en “liberación” de renta para las familias y, por tanto, en mayor demanda de productos y servicios (como nuestros asentamientos que están automatizados como el resto de la economía); por película, essa

Convertidor de potencia de mayor demanda que necesita más trabajo para mantener el volumen de producción. Este efecto está relacionado con la base de automatización.*(profundización de la automatización)*. Para los autores, se puede potencializar el nivel de automatización de esa actividad, o sea, una actividad automatizada puede ser más automatizada y, por tanto, más productiva, potenciadora, asimiladora o de efecto productivo.

El precio, según los dos economistas, es*automatización regular*-aquellas en las que las nuevas tecnologías son “abrir lo productivo o suficiente para sus adiciones, provocando el efecto de redundancia, pero no el producto o suficiente para desconectar el efecto efectivo” (ACEMOGLU; RES-TREPO, 2018, p. 07, traducción - traducción) sobreautomatización (*automatización excesiva*). Nesse es un segundo caso, varios factores -como, por ejemplo, custodios que pagan por el trabajo, subsidios en forma de créditos tributarios y crédito fiscal adicional por deducciones de tasas impositivas en el caso de fondos financiados además de expediciones tecnológicas en actividades en el que la fuerza productiva puede ser mayor, y no menor, del trabajo empleado. Es por ello que los autores acreditan que el “exceso de automatización puede explicar por qué, simio la entusiasta incorporación de nuevas tecnologías -como la Inteligencia Artificial y la Robótica-, el aumento de la productividad que defrauda en los últimos “muchos meses” a RESTREPO. , 2018, p. 03, traducción de nossa). Como puede verse, parecen estar de acuerdo con la célebre frase del economista Robert Solow (*apud*MANKIW, 2008, pág. 172): "Podemos ver la computadora en cada parte, pero nuestras estadísticas sobre la productividad".

Por ejemplo, Acemoglu y Restrepo (2018) y Acemoglu (2021) afirman que se puede aumentar la potencia del producto si las preocupaciones se definen exclusivamente por el universo de la automatización - o dicen, "cómo" y "cuánto" se puede lograr - para reflexiones más reflexivas sobre otra tecnología: cómo y dónde se pueden crear nuevos temas en nuestros diferentes procesos de trabajo. Esta observación es nuestra para*efecto de reintegración (efecto de reintegro)*-en segundo lugar los autores, la contraindicación más importante al efecto de la redundancia. Se trata de la “creación de nuevos eventos, funciones y actividades en el cuasi o trabajo que pueden beneficiar comparativamente en relación a las máquinas” (ACEMOGLU; RESTREPO, 2018, p. 02). Un doble número de buscadores no han sido claros en relación a estos ensayos, dejando espacio a los carteros que suelen concentrarse en dos tipos de hechos: (i) por muy poco que se sepa sobre la automatización de los recursos humanos en el enrolamiento; (ii) naquelas em que o custo da Automation não é convidativo - porque o capital, quando comparad ao trabalho, neo é satisfactorialy product.

No nos parece exagerado, por tanto, apostarmos tanto por la omisión -o incluso por la imposibilidad- de automatizar alguna tarifa que conozco como por la imposibilidad de automatizar tarifas que no

existem ainda. Esto revela que las estimaciones más calificadas con respecto al balance de liquidez de los empleados serán destruidas y destruidas por las nuevas tecnologías dependiendo del análisis de las mejoras en las tarifas y capacidades, de un muchacho, y los avances tecnológicos, de lo contrario. El primer paso para esto se define con la precisión de las tarifas y capacidades:

> Una tarifa es una unidad de trabajo de actividad que produce resultados (prestaciones y servicios). En cambio, una capacidad es la apropiación de recursos por parte de un tractor para ejecutar nuestras tarifas. Los trabajadores aplican sus habilidades a las tarifas a través de una escala salarial, y las habilidades aplicadas a las tarifas producen resultados. Una distinción entre probabilidades y tarifas es particularmente relevante cuando los transportistas de nivel de determinación pueden ejecutar una variedad de tarifas y alterar el conjunto de tarifas que se realizan y responden a cambios en las condiciones y tecnología del mercado. Argumentamos que una tendencia sistemática de las tendencias recientes del mercado laboral y, más en general,

De acuerdo con la discusión de la siguiente sección, el estudio de la asignación de habilidades para las tarifas se llevará a cabo exactamente como miramos los interiores de las empresas. Finalmente, "[a] la creación de nuevas tarifas no es un proceso autónomo que avanza en un ritmo predeterminado, sino un proceso de celeridad y naturaleza que está conformado por las decisiones de empresas, trabajadores y demás actores sociales" (ACEMOGLU, REST 2018; , p. 02, traducción nossa). Además, nuevos incidentes tienden a demandar nuevas habilidades, y crean esa alineación entre aquellos que no son simples -porque se están preparando para la vida laboral, porque desconocen capacidades humanas que tienden a complementar (e, llevar), potencialmente la productiva capacidad de las nuevas tecnologías.

Acemoglu y Restrepo (2016) encontrarán evidencia de que, al menos en Estados Unidos, el efecto de reintegración puede ser en sí mismo. Los revisores señalan que en los últimos años han pasado 30 años desde la creación y ampliación de nuevas tarifas y títulos de trabajo. Todavia, tambien hay constancia de que el desencuentro entre nuevas tarifas y nuevas capacidades ya esta en marcha en detrimento del efecto de la reinsercion. Nuestros Estados Unidos, por ejemplo, cuenta con más de 350.000 vehículos en planta de fabricación permanente, así como vacantes para transportistas y transportistas en falla (SUSSMAN, 2016 *apud* HIJA; WILSON, 2018). Além disso, ao menos nas áreas

urban sprawl a causa del pais, “la estructura asfixiante de nuevos trabajadores no sugiere que sea y siga siendo una 'reintegración' orientada hacia la tecnología a favor de niveles de medios y no de universidades” (AUTOR, 2019, p. 32, traducción) . Sí en Brasil, data de ManpowerGroup (2019 2019)*apud* ANDRADE, 2019) indica que, además del alto desempleo en el país, el 34% de los empleadores tienen dificultades para conseguir vacantes, por lo que no es posible encontrar candidatos con las calificaciones necesarias.

En cuanto a eso, los ajustes entre tarifas e instalaciones pueden depender de la asignación de instalaciones y conocimientos, así como de la creación de nuevas formas de interacción entre humanos y máquinas que sean más inteligentes. ¿Cómo investigamos la dinámica actual y los posibles desarrollos de una relación tan compleja como esta? El primer paso se le dio al modelo basado en asuntos pendientes y asume que

> tiene una gama de tareas más simples correspondientes a ocupaciones de servicios y otras ocupaciones manuales que requieren flexibilidad y adaptabilidad física, pero solo capacitación. Estas tareas son sencillas para la mayoría de los trabajadores, pero también tienen un grado de coordinación, visión y flexibilidad física que aún no son fáciles de automatizar. Las faltas intermedias [de aranceles] corresponden a puestos de colarine sólo medianamente calificados y también a puestos de colarine liga vinculados a administración, contabilidad y ventas que requieren ejecución de trámites con definido (así como eso) son cada vez más codificados por *programas*y ejecutado por máquinas de custodia de bajo costo. Por otro lado, existen otros resúmenes de alto perfil de racialización, creatividad y resolución de problemas realizados por especialistas, directivos y algunos oficios técnicos. Estas tareas requieren un conjunto de capacidades con las que la automatización es actualmente un desafío, porque los procedimientos utilizados para ejecutarlas son comprensibles. (ACEMOGLU; AUTOR, 2010, p. 79, traducción nossa).

El tema de ordenar distintos ritmos por su nivel de complejidad, Acemoglu y Author (2010) asumen que existen muy conjunciones de habilidades -bajo, medio y alto-, qué trabajador está dotado de una parte y cuál, cuanto mayor que las capacidades de un trabajador -o sí, cuanto más calificado esté para él-, pero productivo será en ritmos complejos. La dinámica entre estas premisas depende de los beneficios de las prestaciones comparativas entre los diferentes tipos de trabajadores como la tentativa de las empresas para obtener la asignación oportuna entre las tasas de las tarifas que precisamente se ejecutan para la producción de determinado resultado (bem o servicio).

es un salario para pagar las habilidades necesarias para lograr estos objetivos. Tenemos las habilidades más básicas como ejemplo. En la implementación de tarifas más simples, significa un aumento desesperado de recursos - para las empresas - para contratar trabajadores más calificados y, por lo tanto, con salarios más altos. Escenario de Nesse, ya que las habilidades altas pueden tener una ventaja comparativa más baja para las habilidades más bajas. Por otro lado, los trabajadores más calificados pueden beneficiarse de un trabajo comparativo superior al de los trabajadores menos calificados cuando están en juego juegos complejos, así como, en situaciones como esta, las habilidades bajas se traducen en una productividad menor.

Este esquema de análisis nos brinda la siguiente inclusión: ¿las nuevas tecnologías incrementarán la productividad de trabajadores menos calificados, licenciados, asimilados, que puedan desarrollar satisfactoriamente tarifas complejas? Este es un fenómeno que existe desde hace algún tiempo, los avances tecnológicos aún no han beneficiado, necesariamente, a los trabajadores más calificados, o por lo tanto, la automatización -siempre que el capital sea variable por el capital constante- también es posible, un amor por lo menos trabajadores especializados.

Es importante señalar que esta posibilidad -al hablar de avances tecnológicos y demanda creciente de trabajadores calificados- es tributaria de la estrategia de fragmentar los resultados (prestaciones o servicios) en términos que requieren habilidades. Cuando no se pacta este aborto, como analizan los autores citados en la apertura del informe, los resultados (prestaciones y servicios) -y las ocupaciones profesionales de los muelles en función de nuestros productos- son tan pocos como bloques monolíticos que automáticamente se completamente. Basado en el modelo de tarifas, este tipo de automatización parece ser un poco plausible - debido a que tiene tarifas, falta*Saber cómo*por la sustitución de capacidades humanas por expedientes tecnológicos, es decir, una de estas actividades en el proceso productivo, el capital no es el más productivo ni suficiente. En la próxima sesión, presentamos ejemplos de estudios que, sin embargo, no están validados por el modelo basado en tarifas formulado por Daron Acemoglu y sus coautores, análisis y creación de puestos de trabajo como referencia a dichas tarifas y capacidades bem-sucedidas entre humanos y máquinas.

El trabajo de Daugherty y Wilson (2018 permite la exploración de dos vías por Author (2015) y Manyika et al. (2017). nuevas adquisiciones inexistentes y muy completas, incluidas capacidades específicas inigualables. 150 empresas para redor hacer

4 El contenido de esta sección, en particular las referencias referidas en el trabajo de Daugherty y Wilson (2018), es similar a una revisión publicada por mí en otro período académico. Pero específicamente, recuperando y ampliando consideraciones fácticas en Brandão (2020).

5 Paul Daugherty y James Wilson son altos ejecutivos del Consejo de Administración global de Accenture. Por tanto, pueden ser considerados como poseedores de una visión privilegiada de las transformaciones en el mundo de las negociaciones.

6 Los autores entienden IA como "sistemas que amplifican la capacidad humana para detectar, comprender, actuar y aprender" (DAUGHER-TY; WILSON, 2018, posición 5%, nuestra traducción).

Tasas y capacidades: entre tendencias y observaciones empíricas[4]

Juntas consultivas de gestión global McKinsey & Company, Manyika*et al.* (2017) Analizan, a escala global, 2.000 tasas de trabajo diferentes y concluyen que aproximadamente estas tasas (con un total de US$ 15 billones en salarios) pueden ser automatizadas como parte de las tecnologías y adaptaciones existentes. En relación a las ocupaciones, menos del 5% pueden automatizarse completamente y, de las 800 analizadas, el 60% presenta al menos un 30% de tasas automatizadas. Entre otros ejemplos de ocupaciones, actividades y habilidades, los autores se refieren a la ocupación como "vendedor de bienes", así como algunas de sus tarifas "recibir clientes", "responder preguntas sobre productos y servicios" y "procesar ventas y transacciones". , enviar que en primer lugar ("recibir clientes"), por ejemplo, involucra habilidades cognitivas sensoriales y perceptivas (como la información busca,

En relación a la productividad, los autores estiman que, globalmente, la automatización puede elevarse anualmente entre 0,8% y 1,4%, compensando, asimilando, perdiendo vigor asociado al crecimiento de la población mundial - todo ello en el que las economías están evolucionando naquelas em desenvolvimento. Esta elevación podrá aparecer como personas "desplazadas" o la automatización logrará otras actividades/trabajos. Manyika et al. (2017) mostram-
- Son optimistas en relación a isso: acreditan que el mercado laboral se reconfigurará no enviado a medida que las personas pasen a desempenhar funciones complementarias a las máquinas (y viceversa), tornándose más probable una caída (y no exceso) de mano de obra humana. Todavia, sin embargo, no sabe sobre qué cámaras se puede construir esta complementariedad.

Las proyecciones de los autores indican, sin embargo, que el avance de las nuevas tecnologías o el futuro del trabajo deben comercializarse, pero en condiciones de trabajo en las que haya una sustitución total de ocupaciones. El autor (2015, p. 05, traducción nossa) también argumenta nesse sentido. Para ello, "la interacción entre vehículos y vehículos humanos permite que las computadoras reemplacen a los trabajadores en actividades rutinarias y de codificación, al tiempo que aumenta el número de trabajadores comparativos y habilidades relacionadas con la resolución de problemas, adaptativos".

El trabajo de Daugherty y Wilson (2018)[5]permiten explorar como pistas deixadas por Author (2015) y Manyika et al. (2017). En un estudio global con 1500 empresas que usan o prueban sistemas de IA[6]Los duplicados dobles encuentran tasas de trabajo inexistentes y tienen pocas incorporaciones muy completas, alem de habilidades específicas también inéditas. Estas compras, sin embargo, se pueden observar en un grupo con menos de esta condición, pero exactamente en alrededor del 9% de los casos.

Nesse pequeno rol, que no puede reunir 150 empresas en el mundo, son gigantes de la tecnología, como Amazon y Google, también empresas de otros segmentos, como Coca-Cola y la minera Rio Rio Tinto, denotando el impacto omnipresente de las nuevas tecnologías.

Los autores observan que las características de nuestros integrantes en este selecto grupo es cierto que son igualmente deficientes. Me gustaría referirme a dinámicas de trabajo en las que humanos y máquinas trabajan estrechamente con nosotros y con los demás, en una situación que se acerca a la simbiosis. Las parcelas orgánicas de Nessa, los humanos y las máquinas complementan y aumentan sus capacidades. Los primeros nos permiten hacer o hacer mejor: realizar actividades repetitivas, analizar grandes cantidades de datos y leer con casos rutinarios. Envío a valor recíproco, ya que las máquinas permiten “turbinar” a los humanos tras la implementación de tarifas como resolución de información ambigua, el ejercicio de jurisdicción en casos específicos y el contacto con clientes insatisfechos. Já a palavra ausente procura registrar que, apesar de indispensável,

Entre las nuevas profesiones y los aranceles -o, en nuestros términos de Acemoglu y Restrepo (2018), entre las manifestaciones del efecto reintegrador- se encuentran, por ejemplo, los "formadores" y los "explicadores". Los primeros responden a programas digitales -como Cortana y Siri- y tienen respuestas más similares a sus humanidades que el contenido de sus respuestas al tono de sus sonidos; Los segmentos deben explicar a los miembros de sus organizadores las decisiones y recomendaciones sobre las máquinas, una vez que el funcionamiento de los algoritmos que plasman estas decisiones y recomendaciones son confusos incluso para quienes trabajan con ellos directamente.

Para promover esta fuerte conexión entre sus empleados y como ligas tecnológicas de IA -ocupaciones constituyentes, assim, arancelarias e híbridas-, como se emprende en este caso, rotaremos nuestros procesos productivos, pero Nesse solo juega un papel en el que solo 150 mundo, hay gigantes. de tecnología, como Amazon y Google, también empresas de otros segmentos, como Coca-Cola y la mina Riotinto, denotando el impacto generalizado de las nuevas tecnologías.

Los autores observan que las características de nuestros integrantes en este selecto grupo es cierto que son igualmente deficientes. Me gustaría referirme a dinámicas de trabajo en las que humanos y máquinas trabajan estrechamente con nosotros y con los demás, en una situación que se acerca a la simbiosis. Las parcelas orgánicas de Nessa, los humanos y las máquinas complementan y aumentan sus capacidades. Los primeros nos permiten hacer o hacer mejor: realizar actividades repetitivas, analizar grandes cantidades de datos y leer con casos rutinarios. Enviar a la verdadeira recíproca, ya que las máquinas permiten a los humanos ser "tur-

binados" a la implementación de tarifas como resolución de información ambigua, el ejercicio de jurisdicción en casos específicos y el contacto con clientes insaciables. Tengo derecho a registrar que, abside de indispensable, o meio es muy poco discutido, requiriendo la atención, sobre todo en términos prácticos, de un número muy reducido de empresas.

Entre las nuevas profesiones y los aranceles -o, en nuestros términos de Acemoglu y Restrepo (2018), entre las manifestaciones del efecto reintegrador- se encuentran, por ejemplo, los "formadores" y los "explicadores". Los primeros responden a programas digitales -como Cortana y Siri- y tienen respuestas más similares a sus humanidades que el contenido de sus respuestas al tono de sus sonidos; Los segmentos deben explicar a los miembros de sus organizadores las decisiones y recomendaciones sobre las máquinas, una vez que el funcionamiento de los algoritmos que plasman estas decisiones y recomendaciones son confusos incluso para quienes trabajan con ellos directamente.

Para promover esta fuerte conexión entre sus funcionarios y las ligas tecnológicas de IA -ocupaciones constituyentes, assim, arancelarias e híbridas-, como se emprende en este caso, convertiremos nuestros procesos más fluidos, incluidos Daugherty y Wilson (2018) en que se adaptan con agilidad a las demandas de la demanda. y demandas personalizadas de sus clientes. Con base en observaciones como esta, los autores afirman que al menos 150 compañeros están utilizando actualmente IA para potenciar las relaciones hombre-máquina (es decir, asimilar, aumentar la productividad), y no para promover obstáculos. Es porque "están invadiendo la Inteligencia Artificial, primero, como inversión en talento humano y, por lo tanto, como tecnología" (DAUGHERTY; WILSON, 2018). Estas formas, estariam sigue "revisar procesos de negociación para descubrir costumbres ocultas, incentivar a los empleados y descubrir nuevos modelos de negociación para esta nueva era" (DAUGHERTY; WILSON, 2018). Por cierto, hemos estado buscando usuarios que usen o pretendan usar IA para reemplazar empleados que no entienden el potencial real de estos avances tecnológicos, o que garantizan que tendrán suficientes pasajeros.

Daugherty y Wilson (2018) también observaron nuevos y conocidos tipos de interacción entre humanos y máquinas en profesiones y tasas de varias áreas, desde mantenimiento hasta divisiones de PD&I. Sin embargo, incluso en las actividades y habilidades más simples, las nuevas tecnologías no serán una amenaza inminente para los trabajadores. Como observadores en el caso de General Electric, "[it] y sus clientes que compran sus equipos más precisamente que los empleados para el mantenimiento, y también especificamos que estos empleados están dispuestos a trabajar con nuevos sistemas que podemos encontrar nuevas habilidades en tecnologías avanzadas "(HIJA; WILSON, 2018,

traducción nossa). caso Nesse, el bom desempenho de los funcionarios depende de la capacidad de búsqueda de forma para ellos*programas*como el cuasi trabalham de modo a obter como información de eso precisamente, como, por ejemplo, historial de reparaciones e impuestos de degustación del producto que devem consert.

Los autores denominan a esta habilidad inteligencia inteligente (*interrogatorio inteligente*). Nuestras empresas de vanguardia, es una de las habilidades que predicamos*meio ausente*y que, por cierto, son chamadas pelos autores de posibilidades de fusión (*habilidades de fusión*). No se han obtenido consultores duplicados en estos otros temas mientras los capacitamos. Indicam apenas que conhecimentos de*software*cada uno de nosotros debe exigir nuestros (nuevos) puestos de trabajo y que, entre esos puestos, algunos de ellos puedan tener diplomas universitarios tradicionales - enviar suficientes oportunidades de formación para hacerse cargo de las empresas - al mismo tiempo que se amplían para exigir cualificaciones.

Como se puede apreciar, la visión de Daugherty y Wilson (2018) sobre las nuevas tecnologías es muy positiva, lo cual se expresa específicamente en algunos términos utilizados. Los autores se refieren, por ejemplo, a los superpoderes que las máquinas pueden garantizar a los humanos. Este optimismo no les permite puntuar adecuadamente las perigadas IA. Tomamos como ejemplo el*software*para la instalación de escaleras mecánicas de obra en el almacén mencionado por otros autores. Daugherty y Wilson (2018) intentan abrirse a sus desventajas, como eliminar privilegios que nuestros gerentes pueden garantizar que están protegidos por su vestimenta. En contraste mercado, tecnología similar aparece, en O'Neil (2016), como un veto a un fenómeno que el autor de*clausura*-una fusión entre*clausura*(fechamento) e*apertura*(abertura). En algunos casos, para estimar el tiempo de trabajo de un empleado dependiente, desde el punto de vista de maximizar los recursos para el negocio, trabajaría tarde en el día y, no al siguiente, para devolver el trabajo muy pronto. Cuando su rutina está montada por un algoritmo que tiene alguna posibilidad de interferir en el proceso, puede estar muy cerca del día en que el establecimiento y el trabajo y el logotipo, que no es el siguiente, estarán respondiendo en abril.

Apesar das critique acima, o trabalho de Daugherty e Wilson (2018) mostra- - es fundamental en la evaluación de la desobediencia reciente y las tendencias de las pruebas mediáticas asignar habilidades para las tarifas, luego demostrar que todo y cualquier debate sobre la automatización debe ser considerado, obligatorio, o el impacto del avance y también en cuanto a la asignación de (nuevo) habilidades para ellos. Como vemos en Acemoglu y Author (2010) y en Acemoglu y Restrepo (2018), la automatización -entendida como una reducción de la intervención directa del ser humano en los procesos productivos (o, en términos correlativos, como un aumento del número de tarifas realizado con capital con-

tía) - no tiene necesariamente una forma lineal sobre diferentes actividades que componen diferentes diferencias. No hay sustitución de trabajadores en ninguna actividad que pueda ser compensada por la creación de tarifas calculadas sobre el trabajo, y no sobre el capital, así como las posibilidades de intervención humana indirecta - en virtud de colaboraciones más difíciles entre humanos y mujeres - nuevas tecnologías, como lo demuestran Daugherty y Wilson (2018).

Para concluir: automatización: ¿oportunidad o armamento?

En el ciclo económico y tecnológico actual, no conocemos las secuencias de eventos que culminan en (nuevos) productos. Ni siquiera sabemos cómo producir gas y los servicios seguirán dependiendo de secuencias rígidas como las conocemos hoy. Somos conscientes de las posibilidades que pueden maximizar la productividad potencial de las nuevas tecnologías. El trabajo de Daugherty y Wilson (2018) trata de un número muy reducido de empresas y, por tanto, no permite generalizaciones sobre las interacciones productivas que encontramos entre humanos y máquinas. Se ha encontrado que existen autores en casos donde las integraciones entre los mundos físico y virtual son fuertes, pero no se relacionan con la construcción y puesta en funcionamiento de estas integraciones, ya sea el efecto de reurbanización o el efecto de reintegración.

Explicar esta duvida es importante, entre otras razones, porque, de acuerdo con Daugherty y Wilson (2018), existe una fuerte conexión entre humanos y máquinas que también se compone de áreas para actividades complejas, como las divisiones PD & II. En efecto, la automatización automatizada de los últimos avances tecnológicos puede ser así como el universo de tarifas altamente sofisticadas, que requieren trabajadores más calificados y exigentes, incluyendo años de estudio. Estos trabajadores son los que, en general, tienen los salarios más altos. Si este es mi caso (o si es un futuro cercano) pero exposiciones al efecto redención que al efecto reintegración, puede ser que las nuevas tecnologías representen una reducción en el patrimonio de ventas, confirmando, asimilando y agregando Restrepo (2017, p.

La automatización de tarifas complejas es fenomenalmente conocida. Para el caso, cabe indagar: caso esteja em curso, com o as lideranças organizas - que podem ser as mais afetadas por ela - estão reagindo? Citemos, por ejemplo, el trabajo de Zuboff (1988), quien estudió las tecnologías informáticas como novedosas -como los sistemas de conferencias, los sistemas de transacciones en línea y los sistemas integrados de información y control-, descubriendo el ritmo de aprendizaje de cada una de las diversas, de un empresa a otra, de acuerdo con las estrategias de los gerentes para garantizar ese utilitarismo.

La zacación de estas tecnologías por parte de los empleados no funciona ya que ellos (los gerentes) pierden poder e importan nuestros procesos de trabajo.

Aprovechar el stand de la IA al margen de la repetición de fenómenos ya que depende, por otro lado, de nuevos interiores de empresas tomadas por mí con estudios como Daugherty y Wilson (2018) o, en campus de Sociología y Antropología, o de Shestakofsky (2018). Sin embargo, no pretendemos extender la dinámica de creación de nuevos dispositivos o el proceso de asignación de capacidades a los mismos respetando los avances y tecnologías y conectividad de IA. Como resultado de esta tendencia, por su propia naturaleza, se seguirá prejuzgando la formación de estimaciones con calibraciones sobre extinción y ¿por qué no? - en la creación de nuevos elementos de trabajo debido a los recientes avances tecnológicos.

Esse olhar para o que se passe no interior das firmas, todavia, não pode prescindir da analise des context em elas se encontram. cuantos boticarios*et al.*(2017), las economías en avance, las economías emergentes con una población en crecimiento y las economías emergentes con una nueva población están ejerciendo diferentes presiones económicas para aumentar la productividad. Las presiones de este tipo, así como las procesadas por agentes públicos y privados, son acciones estimadas y restringidas por el archivo institucional de cada país. Tomemos como ejemplo un precio en el mercado laboral. Es de destacar que tiene distinciones distintas en cuanto a las estrategias de calificación personal (re)profesional.

> Por un granero, [un comercio sin mercado laboral] puede entenderse como seguridad en el empleo; en caso contrario, como precio de alquiler en periodos de diciembre. El empleo de empleo favorece la inversión de los empleados en habilidades específicas de empleo, entonces incide positivamente en el mantenimiento del empleo. En general, la producción contra diciembre favorece la inversión de empleados y habilidades específicas de la industria, mientras que el individuo puede soportar períodos de diciembre con una reducción drástica en los niveles de rendimiento (GUIDETTI; REHBEIN, 2014, p.

Nesse contexto, me parece poder parafrasear a Gerschenkron (1962, p. 6), por lo que no tiene experiencia pasada, pero más rica de lo que dice, y ninguna búsqueda histórica, por más riguroso que eso, sólo puede tener un sentido creativo. presentación compra tus propias respuestas y moldea tu propio futuro". Por su idiosincrasia -incluidas las instituciones-, ningún país puede verse obligado a crear sus propios bienes estratégicos para sumarse al avance de las nuevas tecnologías, por lo que el dinero del futuro del trabajo en su territorio es más comercializable que el efecto de reintegración. . Un paso imprescindible para evitar este escenario,

según Acemoglu (2021), se trata de una deconstrucción -principalmente entre hacedores de políticas públicas- con la premisa de que avance tecnológico es sinónimo de automatización. En este caso, la reconstrucción no es infrecuente, los gobiernos y las empresas continúan tratando de explorar situaciones en las que el aumento de la productividad pueda depender del maíz, y no menos importante, del trabajo humano.

Resulta que se abrirá una agenda de pesca. Hacemos verificaciones urgentes, por ejemplo, hay 46 estrategias nacionales de AI (sí además o incluso en desarrollo) contemplan (aparentemente) incentivos para la automatización -como, por ejemplo, la naturaleza de los tributarios- o entienden también mecanismo incentivar como empresas a se debruçar subre o desenvolvimento de nuevas tarefas, funktionen en atividades nas quais o trabalho possui vantagem comparativa em relakation à machines. Estos son los incentivos más recientes que hemos conocido y esperamos verlos pronto. Inversiones como estas, seguiremos haciéndolo, en un futuro próximo, los rumores del trabajo experimental, o no, un triunfo del efecto productivo sobre *automatización regular*y automatización en exceso.

Referencias

ACEMOGLU, D. ¿Podemos y debemos revertir la (excesiva) automatización? *En:* BLANCHARD, O.; RODRIK, D. (Eds.).**Lucha contra la desigualdad**: repensar el papel del gobierno. Cambridge; Londres: The MIT Press, 2021. p. 163-169.

ACEMOGLU, D.; AUTOR, D. Habilidades, tareas y tecnologías: implicaciones para el empleo y los ingresos.**NBER - Oficina Nacional de Investigación Económica**, Documento de trabajo 16082, 2010. Disponible en:https://www.nber.org/papeles/w16082 . Acceso por: 27 feb. 2021

ACEMOGLU, D.; RESTREPO, P. La carrera entre la máquina y el hombre: implicaciones de la tecnología para el crecimiento, la participación de los factores y el empleo.**NBER - Oficina Nacional de Investigación Económica**, Documento de trabajo 22252, 2016. Disponible en:https://www.nber.org/papers/w22252 . Acceso por: 27 feb. 2021

ACEMOGLU, D.; RESTREPO, P. Automatización de baja y alta habilidad.**NBER - Oficina Nacional de Investigación Económica**, Documento de trabajo 24119, 2017. Disponible en:https://www.nber.org/papers/w24119 . Acceso por: 27 feb. 2021

ACEMOGLU, D.; RESTREPO, P. Inteligencia Artificial, Automatización y Trabajo. **NBER - Oficina Nacional de Investigación Económica**, Documento de trabajo 24196, 2018. Disponible en:https://www.nber.org/papers/w24196 . Acceso por: 27 feb. 2021

ANDRADE, RB de. El futuro del trabajo y el trabajo del futuro.**el globo**, Río de Janeiro, 23 out. 2019. Disponible en:https://oglobo.globo.com/opiniao/o-futuro-do-trabalho-o-trabalhador-do-futuro-1-24034649 . Acceso por: 27 feb. 2021

AUTOR, D. ¿Por qué todavía hay tantos puestos de trabajo? La historia y el futuro de la automatización del lugar de trabajo.**Revista de perspectivas económicas**, v. 29, núm. 3, pág. 3-30, 2015.

AUTOR, D. Obra del pasado, obra del futuro.**NBER - Oficina Nacional de Investigación Económica**, Documento de trabajo 25588, 2019. Disponible en: https: // www.nber.org/papers/w25588 . Acceso por: 27 feb. 2021

BERRY HILL, J.*y otros*. Hello, World: Inteligencia artificial y su uso en el sector público. **Documentos de trabajo de la OCDE sobre gobernanza pública**, n. 36, 2019.

BEYNON, H. Más allá del fordismo.*En:*EDGELL, S.; GOTTFRIED, H.; GRANTER, E. (Eds.).**El Manual SAGE de Sociología del Trabajo y Empleo**. Los Ángeles, Londres, Nueva Delhi, Singapur, Washington DC: SAGE, eBook Kindle, posición 10744-11660, 2015.

BRANDÃO, R. Inteligencia Artificial, Trabajo y Productividad.**RAE - Revista de Administración de Empresas**, v. 60, núm. 5, replanteo. 2020.

BRYNJOLFSSON, E.; MCAFEE, A.**La segunda era de las máquinas**: trabajo, progreso y prosperidad en una época de tecnologías brillantes. Nueva York: WW Norton & Company, 2014.

HIJA, P.; WILSON, J.**Humano + Máquina**: Reimaginar el trabajo en la era de la IA. Boston: Harvard Business Review Press, libro electrónico Kindle, 2018.

EKBIA, H.; NARDI, B. Heteromación y sus (des) contenidos: La división invisible del trabajo entre humanos y máquinas.**primer lunes**, v. 19, núm. 6, 2014.

FORD, M.**El ascenso de los robots**: tecnología y la amenaza de un futuro sin trabajo. Nueva York: Libros básicos, 2015.

FREY, CB; OSBORNE, MA**El futuro del empleo**: ¿Qué tan susceptibles son los trabajos a la informatización? Oxford: El Programa Oxford Martin sobre Tecnología y Empleo, 2013. Disponible en:https://www.oxfordmartin.ox.ac. uk / descargas / académico / futuro-del-empleo.pdf . Acceso por: 7 feb. 2021

GERSCHENKRON, A.**El atraso económico en perspectiva histórica**. Cambridge: The Belknap Press de Harvard University Press, 1962.

GRAHAM, M.; HJORTH, I.; LEHDONVIRTA, V. Trabajo digital y desarrollo: impactos de las plataformas laborales digitales globales y la economía informal en los medios de vida de los trabajadores.**Transferir**, v. 23, núm. 2, pág. 135-162, 2017.

GUIDETTI, G.; REHBEIN, B. Aproximaciones teóricas a la desigualdad en economía y sociología. Una Evaluación Preliminar.**Transciencia**, v. 5, s. 1, pág. 1-15, 2014.

KUNG, J.; BOSKOVIC, G.; STIX, C.**Construyendo un mundo de IA**: informe sobre estrategias nacionales y regionales de IA. 2ª ed. Toronto: CIFAR, 2020. Disponible en: https://cifar.ca/wp-content/uploads/2020/10/building-an-ai-world-second- - edición.pdf . Consultado el 20 de febrero. 2021

LEVY, F.; MURNANE, R.**La nueva división del trabajo**: cómo las computadoras están creando el próximo mercado laboral. Nueva Jersey: Princeton University Press, Kindle eBook, 2004.

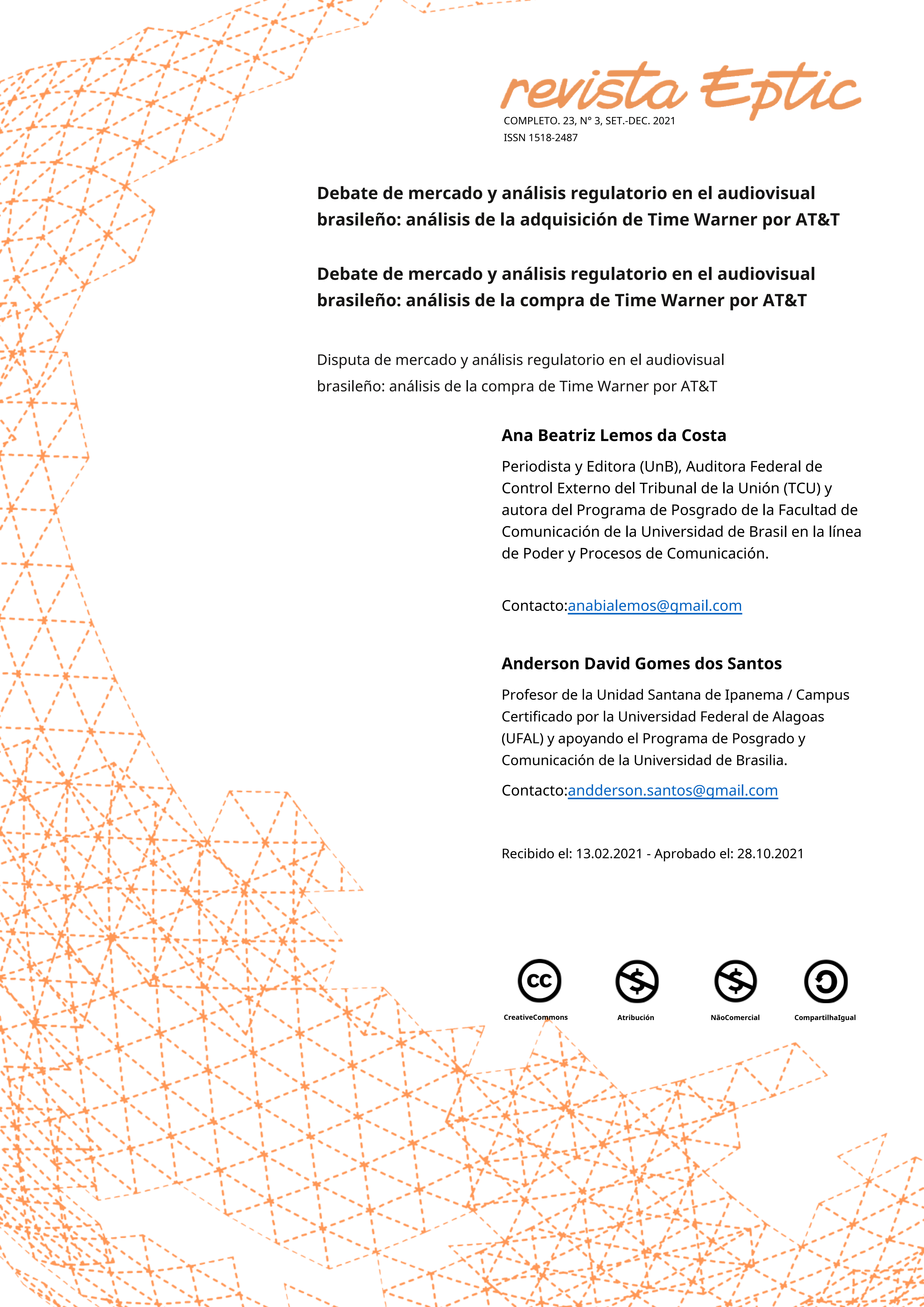
MANKIW, G.**Macroeconómica**. Río de Janeiro: Gen LTC, 2008.

MANYIKA, D. et al.**Un futuro que funciona**: automatización, empleo y productividad: resumen ejecutivo. [Sl]: McKinsey Global Institute, 2017. Disponible en:https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/featured%20insights/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-that-works-Executive- resumen.ashx . Accedido en: 03 conjunto. 2020.

O´NEIL, C.**Armas de destrucción matemática.**: cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia. Nueva York: Corona, 2016.

SHESTAKOFSKY, BJ**Algoritmos de trabajo**: Automatización de software y el futuro del trabajo. 2018. Tesis (Doutorado em Sociologia) - Universidad de California, Berkley, 2018.

ZUBOFF, S.**En la era de la máquina inteligente**: El futuro del trabajo y el poder. Nueva York: Libros básicos, 1988.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Debate de mercado y análisis regulatorio en el audiovisual brasileño: análisis de la adquisición de Time Warner por AT&T

Debate de mercado y análisis regulatorio en el audiovisual brasileño: análisis de la compra de Time Warner por AT&T

Disputa de mercado y análisis regulatorio en el audiovisual brasileño: análisis de la compra de Time Warner por AT&T

Ana Beatriz Lemos da Costa

Periodista y Editora (UnB), Auditora Federal de Control Externo del Tribunal de la Unión (TCU) y autora del Programa de Posgrado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Brasil en la línea de Poder y Procesos de Comunicación.

Contacto:anabialemos@gmail.com

Anderson David Gomes dos Santos

Profesor de la Unidad Santana de Ipanema / Campus Certificado por la Universidad Federal de Alagoas (UFAL) y apoyando el Programa de Posgrado y Comunicación de la Universidad de Brasilia.

Contacto:andderson.santos@gmail.com

Recibido el: 13.02.2021 - Aprobado el: 28.10.2021

Resumen

Este artículo, como contexto de los debates de marketing en la producción audiovisual en Brasil con la introducción de nuevos agentes y un escenario de competencia entre diferentes medios. A partir de la observación de las posiciones de legisladores, reguladores y emperatrices, se percibe el cuestionamiento del conservador, que representa la radiodifusión, influencia y predominio histórico de las políticas de los organismos liberales dianing liberales. Con análisis documental y revisión de literatura, parte de la Economía Política de la Comunicación (EPC) para discutir el análisis regulatorio y económico que involucra a Time Warner con AT&T, realizado en Brasil por los reguladores Anatel y Ancine, y por Cogo antimonopolio.

Palabras clave: AT&T. TimeWarner. Mercado Audiovisual. Regulación económica de la comunicación. Economía Política de la Comunicación.

Resumen

El artículo, en el contexto de las disputas del mercado de la producción audiovisual en Brasil, trata sobre la entrada de nuevos agentes y un escenario entre diferentes medios. Como parte de la observación de las posiciones de legisladores, reguladores y emperatrices, el debilitamiento del conservador, representante de la radiodifusión, en la histórica influencia y predominio en las políticas comunicacionales frente a los actores liberales. Con análisis documental y revisión bibliográfica, se utiliza la Economía Política de la Comunicación (EPC) para discutir el análisis regulatorio y económico involucrado en la compra de Time Warner por parte de AT&T, realizada en Brasil por los entes reguladores Anatel y Ancine, y por Cade the organismo antimonopolio.

Palabras clave: AT&T. TimeWarner. Mercado Audiovisual. Regulación económica de la comunicación. Economía Política de la Comunicación.

Resumen

El artículo tiene como telón de fondo las disputas del mercado de la producción audiovisual en Brasil, con la entrada de nuevos agentes y un escenario de competencia entre diferentes medios. De la observación de las posiciones de legisladores, reguladores y empresas, se percibe el debilitamiento del ala conservadora, representantes de la radio y la TV, en influencia y predominio histórico en las políticas de comunicación, frente a los actores liberales. Con análisis documental y revisión bibliográfica, se utiliza la Economía Política de la Comunicación (EPC) para discutir el análisis regulatorio y económico de la compra de Time Warner por parte de AT&T, realizada en Brasil por las agencias reguladoras Anatel y Ancine, y por Cade, la agencia.

Palabras clave: AT&T. TimeWarner. mercado audiovisual. Regulación económica de la comunicación. Economía Política de la Comunicación.

Introducción

Desde 1995, con Lei do Cabo e Internet comercial, el mercado audiovisual brasileño recibió varios agentes internacionales con diversas formas de promoción. Los últimos 10 años han visto una reconfiguración del mercado, con la posibilidad de distribuir de forma directa las aplicaciones, pero con procesos de centralización y concentración de capital siguiendo escala global.

Un movimiento internacional iniciado en 2016 con efectos en Brasil fue adquirido por Time Warner, una de las mayores programadoras de TV, el gigante de las telecomunicaciones AT&T. La fusión entre las empresas que emprenden geru duvidas nos orgas reguladores reguladores: a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), responsable de la regulación y tributación de los servicios de telecomunicaciones; a la Agencia Nacional de Cine (Ancine), que responde a las actividades audiovisuales como producción, programación y entretenimiento; eo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), órgano antimonopolio. Estos agentes, custodiados por diferentes legados legales de su cargo y sus cargos, certifican que la transacción debe ser aprobada.

Este artículo se basa en el apoyo teórico-metodológico de la Economía Política de la Comunicación (EPC) para discutir el análisis regulatorio y económico realizado por los órganos reguladores y antimonopolio en Brasil sobre el acuerdo de Time Warner con AT&T.

Para este estudio, se aplica como procedimientos metodológicos para la revisión de la literatura, tanto la base de autores de la EPC, como Brittos (2001) y Bolaño (2000), como otros publicados para analizar el capitalismo contemporáneo, caso de Chesnais (1996, 2013); tiene revisiones documentadas, en términos de avisos y avisos, para describir el negocio realizado y las evaluaciones de los organismos reguladores, así como los parámetros y posibles problemas de competencia y limitaciones de la Lei do Servicço de Acesso Condicionado n (Lei Se85, 12.45 / 2011).

El texto se divide en tres partes. Introducir las bases teórico-metodológicas de los estudios de estructuras de mercado de la comunicación de la EPC para comprender cómo se desarrollan como barreras a la producción de gases simbólicos. Se sigue, en efecto, una contextualización histórica y teórica de Industria: inserción cultural en la etapa actual de acumulación capitalista para comprender orígenes y bases sobre lo que constituye y se dirige a la industria audiovisual. El jueves, las marcas de Time Warner serán presentadas a AT&T para, a su vez, analizar y evaluar a los organismos reguladores.

Elementos teóricos para el análisis de la competencia

La Economía Política de la Comunicación (EPC) es una subliga científica subdisciplinar afiliada a las Ciencias Sociales, parte de la Crítica de los Estudios de

La Economía Política, especialmente de producción teórica marxista, para analizar la sociedad, tiende a marcar la tendencia hacia la totalidad social. Según Bolaño (2019), "el estudio de las relaciones de las relaciones capitalistas en relación con la estructura de los sistemas de redes sociales tiende a deberse al fracaso o desarrollo de las fuerzas productivas".

Una de las líneas de análisis del EPC son las estructuras de mercado, a partir del estudio de la construcción de barreras de entrada, los niveles de concentración y los cambios en la competencia, tanto con la entrada de otros agentes, como con los técnicos. Inicialmente, es necesario comprender que, según Marx (2011), la competencia es la promulgación de los diversos capitales sobre el otro, por lo tanto, por sí mismo, el elemento interno del capital.

Así, se considera que el análisis de cualquier mercado específico es una de las características de la acumulación general, marcando un modelo de sociedad que tiende a la concentración y centralización del capital. Entre otros aspectos de este, como veremos en este caso a analizar, se encuentra el aumento de capital por fusión (sociedad o adquisición). Esta situación - de fusión, incorporación y adquisición - hace que las desigualdades, en tanto "poseedores o controladores de grandes masas de capital tenham pasen a la arena económica" (NETTO; BRAZ, 2017, p. 131).

El EPC brasileño utiliza un artefacto metodológico para analizar los mercados de comunicación y construcción teórica propuestos por Mario Luiz Possas (1987), que actúa como un elemento de "barreras de mercado". Estos son construidos por los agentes para mantener una posición financiera determinada en el proceso de acumulación de capital, sirviendo de base al oligopolio, estructurando el mercado característico del capitalismo en su forma actual. El objetivo de la búsqueda, como parte de estos estudios teóricos, es observar el juego de estrategias y métodos que emprenden las empresas para mantener o modificar posiciones tan poderosas, en busca del liderazgo del mercado.

Para verificar la evolución de la estructura de las condiciones de competencia, Possas (1987) señala las causas de las causas del cambio: el ritmo interno de acumulación de señuelos destinados a la expansión; el grado de concentración del mercado y sus dos determinantes; capacidad de alterar nuestras formas de competencia, especialmente a través del progreso técnico de una industria; y, en el cine, una importante instalación en expansión como parte del avance tecnológico como beneficio mutuo para otras industrias, incluido un conglomerado comercial o no gubernamental, y la economía en conjunto.

Específicamente nos interesó el estudio de la fusión entre AT&T y Warner Media -nombrada así por Time Warner luego de que la fusión fuera aprobada por Estados Unidos-, entre las características de estructura de mercado y capitalismo señaladas por Possas (1987, p. 88).) estado de concentración; a la "sustituibilidad de los productos, configurando la homogeneidad o la diversificación; y como condiciones que cercam tenga la posibilidad de entrar a la competencia". Mástil

Se indica que la serie de integración vertical pero incluye la categoría de "conducta" de los agentes que se encuentran entre las características de la estructura del mercado.

El proceso competitivo surge como continuación del movimiento de ruptura, ya sea a través de innovaciones "tecnologías, productos, nuevos mercados o la centralización del capital existente" (POSSAS, 1987, p. 118), ya sea como resultado de la entrada o salida de capital en el mercado, con una acomodación o acuerdo menos rápido con las características específicas del marco y la intensidad de la ruptura.

En cuanto al proceso de litigio, Possas presenta los tres tipos de circuitos que caracterizan los beneficios de las empresas establecidas que tienen competidores potenciales: beneficios beneficios, ligas de control de patentes, insights, calificaciones laborales, etc.; ventajas de diferenciación de productos, ya sea para mercados, ya sea para sistemas de distribución e innovación en pesca y desarrollo; y economías, inmobiliaria o monetaria, escala de producción, distribución, promoción de ventas y acceso a mercados (POSSAS, 1987, p. 95).

En cualquier ámbito de mercado, la reputación constituida por un agente sirve como certificado de recomendación, pois engloba elementos como comportamiento, diseño y calidad que fidelizam o consumidor, envía, trae, una forma de evitar barreras. En el caso de las leyendas simbólicas, de acuerdo con Brittos (2001, p. 80), se presenta como una barrera importante, ya que es una historia de malas actuaciones por parte de una organización, un actor, un director o un autor. tendiendo a conciliarse lo consume como indicador de posible resultado de calidad, dándote una opción por este producto". Assim ingresa a su mercado como parte de un acuerdo de consolidación o adquisición de fusión con el Auxiliar en el proceso de competencia.

Como tipología del mercado televisivo (emisión aberrante o pago condicional), Brittos (2001) presenta la existencia de dos barreras de entrada: estética-productiva o político-institucional.

La barrera estético-productiva es fundamental para la producción de bienes culturales a través de los medios de comunicación al tratar con un mercado que trabaja con productos y condiciones diferenciadas, sin imaginar al receptor, "humanos y financieros" (BRITTOS, 2001, pp. 84). -85).

Sí, las barreras político-institucionales están determinadas por la normativa, porque van acompañadas de la actitud de los "órganos ejecutivos, legislativos y judiciales y sus unidades geopolíticas-administrativas" (BRITTOS, 2001, pp. 89-90), ver 89-90) leyes y reglamentos, incluyendo decisiones administrativas y análisis regulatorios y de competencia, en contraposición a la participación e intervención de agentes privados en la defensa de sus intereses y disputas de poder.

Assim, lo importante para la barrera de estas barreras es percibir que los integrantes del oligopolio, especialmente el líder, están en una posición privilegiada en la disputa, entonces la valoración por el capital de los mercados oligopólicos si puede ser mayor que la definición para evitar la entrada de nuevos agentes en el mercado, con disposiciones legales, para evitar la competencia de los competidores.

Con base en estas teorías, seguiremos el enfoque tópico para la presentación de la contextualización histórica del capitalismo, que marca las estrategias de mercado establecidas en los últimos 50 años, con reflexión directa sobre los cambios en la comunicación y la información.

Como cambiamos nuestras comunicaciones para reiniciar el capitalismo y viceversa

Los programas actualmente no cuentan con escenarios audiovisuales debido a la competencia de los grupos de comunicación tradicionales con los proveedores de servicios de Internet, como Netflix, Amazon Prime, Apple TV, Disney Plus, entre otros, remontam, en algún momento de la etapa de acumulación capitalista a partir de 1970. Este período fue considerado la "fase más larga en la historia del capitalismo", incluyendo, sin apoyo, como las crisis financieras de 2007 y 2008, la segunda Chesnai (2013).

Durante este período, se observó el aumento de papel posterior a la Segunda Guerra Mundial en la economía estatal de los Países Bajos para la reestructuración de las industrias y el impulso para la reconstrucción de la sociedad. Este modelo se introdujo durante la crisis de 1970, cuando los invitados públicos, con una alta inflación, no apoyaron el crecimiento económico (CHESNAIS, 1996, 2013). Como tal, es precisamente la Junta de Asistente del Estado la que va ascendiendo, ascendiendo el modelo neoliberal, marcando la estructura social mínima y aumentando el número de colonos privados (AGLIETTA, 2001).

Como el modelo exagerado de la regulación de Ford, está surgiendo que también representa el conjunto de comunicaciones. Sollozo a la vigilancia del primer modelo, como tinham comunicaciones por televisión en el centro de la industria, con consumo en masa y sistema financiero basado en la publicidad. Como avances tecnológicos del desarrollo de voz satelital y de cabina, podríamos ofrecer múltiples canales de TV con un modelo de pago financiero mensual para los usuarios del servicio, aunque recientemente. Siguiendo la secuencia de desarrollos tecnológicos, como vigilancia en Internet, segmentación, nuevas formas de datos de consumo y nuevos formatos de productos de comunicación.

Este movimiento ha sido empujado hacia la división internacional del trabajo, la internacionalización del capital y la globalización, cuyas características también se dan en la Industria Cultural. Conjuntos como la informática, las telecomunicaciones y la microelectrónica están evolucionando a partir de la red informática global, asumiendo el protagonismo del nuevo modelo de acumulación de capital. Este modelo es viable para nuevas estructuras de mercado, basadas en el fenómeno de la convergencia tecnológica.

Impulsionadas pelos Estados Unidos, como mudanças ocorrem tanto na ordem teknológica como net mod mode de regulacation des communications et todo o mundo.

> En particular en el caso del audiovisual y las telecomunicaciones, este movimiento se traduce en el proceso generalizado de desregulación, reposicionamiento del Estado, constitución de nuevas formas y cuerpos de regulación, internacionalización e incremento de la competencia (2003).

Esta forma, al igual que las telecomunicaciones, asume un mandato central para la reestructuración de la industria y una forma de regulación del capitalismo, definida, inclusiva, o la nueva vía del desarrollo (GARNHAM; GOLDING, 2002).

Además de los medios utilizados para intentar superar la crisis, se produce una acumulación y sobreproducción del modelo anterior surgiendo acciones de orden político, económico y monetario, entre ellas las privatizaciones.

Nesse siente que la red de telecomunicaciones tiene un modelo de reestructuración que sigue vivo, mercado fundamentalmente, nuestros países son considerados subdesarrollados, bajo el monopolio privado de EUA, con AT&T, y entre los monopolios públicos europeos. El altercado de la maqueta del estadio, de 1984, engloba a mudans de todo el mundo. En Europa se está llevando a cabo una reforma con la modernización de los discursos nacionales, con el objetivo de generalizar los servicios básicos en el mercado interior. En el mercado externo, observe el avance de estas empresas de expansión internacional de renombre internacional, en las que transitan los países subdesarrollados. Por su parte, la privatización de los países latinoamericanos además de las políticas de reforma neoliberal del Estado, relacionadas con el programa de estabilización financiera,

Assim, la privatización de las telecomunicaciones en Brasil se dio, inicialmente, bajo el gobierno de Fernando Henrique Cardoso, con la aprobación de la Enmienda Constitucional 3/1995, en la que había espacio para la instalación de capital privado. En la secuencia, la central telefónica celular, la aprobación de la Ley General de Telecomunicaciones (LGT, Lei 9.784 / 1997), caracterizada por los principios de competencia y la universalización de los servicios públicos, por ga-

Extraña garantía de participación y creación de Anatel, organismo regulador autónomo que garantiza garantizar la competencia y los derechos de los consumidores.

Después de casi un año de vigilancia, este ha sido objeto de un largo debate sobre su moción, iniciada por la gobernadora de Dilma Rousseff, sin trámite legislativo interlocutorio (PLC 79/2016). Por ejemplo, la LGT fue alterada por el gobernador Jair Bolsonaro con la aprobación de Lei 13.879/2019, que abrió para la centralización de la banda ancha en la política pública en detrimento de la prioridad de los servicios de telefonía fija.

Siguiendo esta lógica económica, como empresas de la liga instaladas como televisores en Brasil, presentamos rasgos característicos en el ambiente de acumulación capitalista. Brittos (1999) y Koleski (2010) dividen la historia concordante en tres fases: concurrente (1988-1992), oligopolio (1993-2003) y oligopolio convergente (2004 y diante).

Tras la aprobación de la Lei por la SeAC (Lei nº 12.485/2011), que cumple con la legislación que regula distintas tecnologías como cable, satélite y parabólica, se reforma en la fase del oligopolio convergente, con regulación, una por una, de supuesto una sola empresa de telefonía fija y móvil, banda ancha y televisores.

Al momento de su aprobación, el Proyecto Lei 29/2007 reúne los intereses de diferentes frentes. Aendendo aos anseios da ala conservadora, representa pelos grupos grupisais de radiodifusio, foi stablecida barriira à vertrijs Integration, proibindo-se que telecommunicancõeses adentrassem ad completas as demas camadas de setor de audiovisual, mais spécifecatione conceivatione de canais de TV por assinatura (HAJE; LEAL; PAULINO, 2008).

A los neoliberales, representados por emperadores emperatrices del nuevo modelo de regulación, especialmente del conjunto de telecomunicaciones, sí privatizado y con la ayuda de grandes capitales de otros países, visto por mí de la permisión de la oferta de varios servicios, dijo con visto acima.

Por ejemplo, en el caso de los progresistas, algunos de los representantes de la sociedad civil, que se ejemplifican con una serie de incentivos a la producción audiovisual, así como el establecimiento de cuotas de programación para producciones locales, regionales e independientes, entre otros Incremento de la producción nacional contenido, además del aumento de la producción internacional, por concepto de copago del uso de las telecomunicaciones (CONDECINE).

Este escenario refleja la lógica de las políticas de comunicación en Brasil, que está siendo re-aprobado por el Código Brasileño de Telecomunicaciones (Lei 4.117 / 1962) y ha sido aprobado desde disputas sobre la privatización de las telecomunicaciones, incluyendo las telecomunicaciones y los intereses que nos permiten a Constituyente ,

1 Sobre la influencia de Estados Unidos en las actividades de los monopolios internacionales de telecomunicaciones, existen organismos internacionales como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), el Fondo Monetario Internacional y el Consejero Internacional (FMI), (GATT), actualmente representados por la Organización Mundial del Comercio (OMC), como el paper de consultores internacionales liderados por empresas norteamericanas, ver, entre otros, Bolaño (2000b) y Braz (2014

como la aprobación de la Lei do Cabo (BOLAÑO, 2007), una de las normas que preceden a la Lei do SeAC.

En competencia con la oferta de productos audiovisuales de Internet, incluidos los canales lineales, ahora existe una nueva forma de hacer que las empresas ganen dinero o las demandas de los consumidores. Por su parte, realizará nuevas consultas normativas, que requerirán la atención del Estado. A partir de entonces, estaremos planteando interrogantes sobre la validez y aplicabilidad de los dispositivos de Lei do SeAC en casos específicos, que involucren la fusión de empresas de comunicación y sus efectos regulatorios y competitivos, así como la necesidad de lograr el cumplimiento regulatorio de Internet. empresas por assinatura.

Time Warner compra AT&T y analiza sobre crudo propiedad

Cerró nuestros Estados Unidos el 22 de octubre de 2016, valorada en $ 85,4 mil millones, fusionada con las empresas norteamericanas AT&T Inc. (*American Teléfono y Telégrafo*) y Time Warner Inc. se consideró en el cuarto trimestre y se realizó en la industria global de telecomunicaciones, medios y entretenimiento (FRANCE PRESSE, 2018).

AT&T es una empresa con sede en Estados Unidos en el ramo de las telecomunicaciones, brindando servicios de mantenimiento y comunicaciones digitales a través de sus afiliadas y subsidiarias. A*tenencia*adquirió el grupo DirecTV, operador de televisión en América Latina. Además de ser el operador de televisión más grande de los Estados Unidos, la empresa ha sido considerada un gran gigante de las telecomunicaciones. Es un proceso de aberración para la adquisición de un conducto de mercado internacional y se estima cubrir los monopolios del conjunto en varios países, incluido Brasil[1]. Aquí en AT&T, en el momento de la fusión con Warner Media, era dueño del operador de televisión de pago por visión vía satélite Sky Brasil.

Sí, Warner Media es una empresa de medios y entretenimiento que tiene aproximadamente 900 subsidiarias, canales de entretenimiento como HBO, Warner Channel, Boomerang, TNT y Cartoon Network, y el canal de noticias CNN International y Español.

Se acordó una unión entre Warner Media y AT&T con el objetivo de tener empresas de telecomunicaciones o competir con empresas que utilizan Internet. Así sucedió al inicio de la Distribuidora de Acceso (AT&T), a través de una tienda, con la experiencia de Warner Media. Isso porque os chamados serviços de*transmisión*utiliza boa parte da interneta bandande, podendo gerar vantagens competitivos entre as empresas detentoras de red de telecomunicações, aliadas às firmas que produce os audiovisuais conteúdos, o que sucitao questionamento sober eventual quebra da neutrality de

Discurso por mi parte de discriminación de acceso a contenidos no relevantes para el conglomerado que se forma.

Esta fusión, assim, refleja tanto la situación económica presentada en el tema anterior como el fortalecimiento de las barreras de entrada en el mercado de las comunicaciones por parte de uno de sus líderes en la producción de contenidos para ser vendidos frente al mercado. Mas, además de la conjunción de intereses financieros, era necesario aprobar autoridades que avalaran la competencia. Como vemos en Brittos (2001), la provisión de espacios nessie beneficia a los dos conglomerados.

Mirando los mercados globales en el contexto de expansión de las empresas de la Industria Cultural a escala global, fusionar estas empresas requiere analizar en estos países, incluida la Unión Europea, las barreras de entrada de competidores, reales o potenciales, en la carrera de ventajas competitivas. anteriormente descritas relativas a custodios y producción, con poder de mercado, patentes tecnológicas y facilidades de distribución o ventajas de alcance y escala de integración vertical al audiovisual.

En Brasil, la operación implicó el reparto de varios órganos, entre ellos los reguladores de las telecomunicaciones (Anatel) y del audiovisual (Ancine), y el antimonopolio (Cade); una demostración de representantes de empresas (Sky, Abert, Abratel y NEO TV Association). También bajo los auspicios del Poder Legislativo (Cámara de Diputados y Tribunal de Contas da União
- TCU) es un requisito de manifestación del Ministerio Público de la Federación.

Los tres juicios de primera instancia concluyeron entre 2016 y 2020. En la decisión final sobre el caso entre el TCU y el Fiscal General de la República, el diputado federal Paulo Teixeira (PT-SP) fue destituido en febrero de 2020, como siempre que existan indicios de irregularidad en la decisión de Anatel. Segundo Teixeira, fusionándose para representar las infracciones de los artículos 5º y 6º de la Ley de la SeAC, puede tratar, respectivamente, de bienes brutos entre productor y distribuidor de contenidos audiovisuales, y distribuidor solloza poses de dirección de imágenes de eventos nacionales, GONDIM 2020) .

La división del proceso en varias instituciones se basa en la función de separación de competencias presentada en la Lei do SeAC y la Lei de Defesa da Concorrência (Lei 12.529 / 2011). La SeAC separa el campo audiovisual de la televisión para la valoración de cuatro actividades: producción, programación, entretenimiento y distribución. Las primeras son las competencias regulatorias y tributarias de Ancine, excepto que las actividades de distribución y responsabilidad de Anatel se clasifican como servicios de telecomunicaciones. En la práctica, tales como las actividades de distribución y distribución se desarrollan a través de las mismas empresas, las cuales comercializan televisores para su instalación e instalan instalaciones y servicios.

a la espera de consumidores de servicios como Claro y Sky. Tengo competencia para analizar los impactos de las fusiones en la competencia de varios mercados que compiten con Cade, una organización afiliada al Sistema Brasileño de Defensa de la Competencia (SBDC).

Para Cade, abriremos posiciones preliminares en las áreas técnicas de Anatel y Ancine, que luego serán modificadas por los respectivos colegios de agencias, fusionando los grupos AT&T y Warner Media para alinear los intereses de los demás, Licencias/programación como la operación de TV por encargo, formado por empresas que responden a redes de comunicación y distribución de base amplia. Sí, el Cade reconoce la existencia de barreras de entrada a través de Sky como vicelíder en la comercialización y distribución de la red de distribución de TV - Liderada por Claro, propiedad de Grupo América Móvil con participación accionaria - Grupoost impioas por Grupoost por Time Warner, Vicepresidente de Producción y Programación de Contenidos Audiovisuales de Brasil,

Ambos están en cuenta, en abril de 2017, el órgano de defensa de la competencia decidió la aprobación de la fusión, condicionada a la aprobación del Control de Concentración (ACC), con vigencia de cinco años (CADE, 2017). Este acuerdo pretende ser un remedio para los problemas que surgen y deben evitarse para evitar la exclusión y discriminación de competidores en nuestros mercados de programación y distribución de televisión en Brasil. En resumen, la decisión de Cade no se tomó en cuanto a si las empresas operarían de forma independiente, como lo harían las negociaciones de un mercado de influencia (de distribución) de otros (operadores, fabricantes y programadores).

Sin embargo, existen potenciales competidores de la televisión para docentes, que registran el número de docentes en el segundo año de Anatel, los servicios de *transmisión*Audiovisual -razón por la que se producirá la fusión en nuestros Estados Unidos, como hemos visto- no se considerará como análisis de la fusión en el caso de no tener las mismas características que los servicios de TV de pago, sino también, en la práctica, distribuyéndoles productos audiovisuales.

Tras las decisiones de Cade que involucran fusiones en comunicaciones, otras partes revelaron cierta convención del órgano con la concentración en el mercado, ver Koleski (2010). Conforme Barreto (2018), en este caso involucrando al Claro de la operadora de telecomunicaciones*televisión interactiva*en 2015, por ejemplo, el organismo antimonopolio aprobó una concentración vertical sin restricciones.

Sin embargo, la posición del organismo de defensa sobre la regularidad de la regularidad de la operación entre AT&T y Time Warner no se considera una operación de vacaciones o no en Lei a SeAC. Segundo o Concejal
- proceso relacionado con Cade, Araújo (CADE, 2017, p. 19, griffos nossos), la intención era que:

2 arte. 5º El control o titularidad de la participación exceda del 50% (50 por ciento) del capital total y los votos de las empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones de interés de interés no pueden ser poseídos, directa, indirectamente o por medio de negocios de tal control comum, por Concesionarios y locutores de sonido e ingenieros de sonido y productores de imagen y programadores con sede en Brasil, dispuestos a explorar estos servicios directamente.

§ 1º No podrá deducirse el control o la tenencia de una participación superior de hasta el 30% (tres por ciento) del capital total y del voto de las concesionarias y emisoras de sonor e imágenes y de las productoras y programadoras con sede en Brasil, directa, indirectamente o por medio de empresas sob control comum, por prestadores de servicios de telecomunicaciones de interés colectivo, ficando vedado y éstos explotan directamente esos servicios.

§ 2º Facilitados por concesionarios y radiodifusores de sonido e imagen y programadores y programadores con instalaciones ubicadas en Brasil, ya sea directamente o a través de una empresa con respecto al control directo, indirecto o directo, para prestar servicios exclusivos de telecomunicaciones Concesionarios y licenciantes de sonido y servicios de radiodifusión sonora o de imágenes o para llevar contenidos audiovisuales de productores o programadores con asiento en la Bra-

[...] la aprobación de la Operación por parte del Cade no significa que se haya reconsiderado la licencia de integración a través del art. 5º de Lei a SeAC.**Este caso es una manifestación de las Agencias en la violación del referéndum, no tendrá delito en ningún momento administrativo formado por la decisión del Cade**.

Artículo 5ºda Lei 12.485 / 2011[2]impedir que un productor de contenidos corporativos, al mismo tiempo, controle una empresa propietaria de la infraestructura de telecomunicaciones (BRASIL, 2011). Assim, miembro de AT&T que controla Sky, es el segundo mayor proveedor de televisión de Brasil [3]-detrás del Telecom Group of America (NET, Claro y Embratel)-, con la fusión de Esther, en tesis, impedida de ser parte integral del mismo grupo de productoras y canales de programación que Warner Media.

La aprobación de la fusión de las sociedades mercantiles por parte de Anatel ocorreu mediante decisión del Directorio, por 3 votos contra 2, tendrá lugar el día 6 de febrero de 2020, aun con el posicionamiento del área técnica y de la Fiscalía Especial Federal, Liga de La Abogacía en la Abogacía, que acredite la elegibilidad de la operación tiende a cumplir con la disposición legal de integración vertical. El juicio de Nesse, el principal punto de duda dicho respecto a la expresión "como sede en Brasil", no dispone del art. 5º e no §1º da Lei do SeAC.

Como unidades técnicas de Anatel y Ancine, parte de las Federaciones de Fiscales Federales que se especializan en unir dos agencias, representando la opinión de dos consultores de Anatel, representando empresas de radiodifusión, como Abert, y otras como la Asociación NeoTV, convergeremos para interpretar que el artículo no hace una distinción entre empresas con sede en Brasil y empresas con sede fuera (ANATEL, 2020; ANCINE, 2020). Para estos, la intención de la norma es intentar que las empresas que cuentan con nuestros cuadros de telecomunicaciones formen parte de las actividades de radiodifusión y de los productores y programadores. Isso la función del riesgo de falla de mercado de la constitución de barreras frente a la competencia y en previsión de la provisión de monopolios y oligopolios en las comunicaciones del art. 220, §5º,

Por otro medio, de acuerdo con el Consejero-Relator de la Materia, Vicente Aquino Neto (ANATEL, 2020), acompañado de otros dos Consejeros -y de acuerdo con la visión de Sky sobre la empresa-, este evento estará acompañado por varios asesores legales, contratados La disposición legal no se aplica a las empresas en este caso, tendemos a ver las empresas como nuestros Estados Unidos y no en Brasil.

También es posible sopesar efectos negativos en el mercado y en el consumidor, que pueden resultar en la operación y consecuente venta de uno de los soportes en Brasil. Para isso, foi também trazida como argumento a approvação da Lei da Liberdade

está destinado a la distribución a distribuidores, de los cuales no posee la propiedad.

§ 3º Facultado con compañías ejecutantes de Servicios de telecomunicaciones de interés general, ya sea directamente o a través de la empresa con respecto al control directo, indirecto o sob comum, fabricantes de control y programadores con sede en Brasil que ejercen exclusivamen- están destinados a la comercialización de productos y servicios para el mercado internacional. (BRA-SIL, 2011)

3 Fechas conformes en: TELECO. **Grupos de telecomunicaciones en Brasil**. hace 17 2021. Disponible en:www. teleco.com.br/operadoras/ grupos.asp . Consultado el: 31 de agosto de 2017

Econômica, Lei 13.874 / 2019, ha calificado para los principios de iniciativa para libro de iniciativa y libro de competencia, como parte de la adopción del modelo de regulación ultraliberal por las presidencias de Michel Temer, en 2016, y de Jair Bolsonaro, en 2018.

Por su parte, la decisión tomada por Ancine en relación con la programadora de Warner Media, a partir del 6 de octubre de 2020, se considera una fusión de arte. 5º de la Lei do SeAC - barrera político-institucional, aquella que no distingue entre empresas nacionales y estratégicas que no son pacíficas. Sin embargo, el consejo deliberativo de la agencia pondera como consecuencia de la propuesta de desacreditar los canales de programación del grupo Warner Media en Brasil, que también consiste en un duopolio de no programación con empresas del grupo Globo. Também suscitou os termos do Accordo proposto pelo Cade, que, na opinion des conselheiros, teria suprimida como consecuencias negativas ao markadadas nas annalises dos duis orgasos (ANCINE, 2020), tendo em vista a barstiras straiti etra .

Embora tenham trató como asunto de forma diferente, o aprobó la operación en lei de Lei 12.485/2011, en el caso de Anatel, o manifestó que la fusión contra la misma lei, así como Ancine, ambas consideran los remedios gravados como dos problemas vistos. Cade tomó una decisión sobre dos cuestiones relacionadas con aspectos conflictivos, la manifestación de Anatel y Ancine deixou dudando de la interpretación de la ley de transacción. Finalmente, ¿las empresas de telecomunicaciones pueden o no controlar a las empresas de radiodifusión, desarrolladores y programadores?

Por ejemplo, según Anatel, puede tener integración vertical a partir de la cual las empresas se ubican en el exterior, así como serie serie para las de Brasil, que hacen parte de la etapa del capitalismo globalizado, con presencia de conglomerados en todos los mercados del mundo, incluidos los mercados audiovisuales locales. Si a juicio de Ancine, no puede tener su integración, entonces la libertad condicional se basará en el ejercicio de la actividad, independientemente de la ubicación de su sede. Sin embargo, en la práctica, puede permitirse integrar, abstenerse del efecto negativo potencial de las barreras de entrada a través de una fusión, tiende a buscar la adición de remedios del orden concurrente medial para analizar las consecuencias de estas pruebas y más.

Entre estos efectos está la creación de HBO GO, una plataforma para *transmisión* por el grupo Warner Media, en 2017. Su versión *prima*, HBO Max, estrenada en mayo de 2020, con previsión de lanzamiento en el mercado latinoamericano en el primer semestre de 2021. Además, he estado trabajando con Esports Interativo (EI), en agosto de 2018, motivado por los altos costos para invertir en derechos de transmisión al momento de quedar de la base de asistentes del programa de TV en Brasil (PERLINE, 2018). Uno de los temas presentados en este momento es que, a diferencia de los lienzos del programador, la IE era nacional, o que podía tener una interpretación de propiedad cruzada.

da. el contenido deportivo *prima* (*Liga de Campeones de la UEFA* y Campeón Brasileño de la Serie A) migró al canal TNT.

Al momento de la conclusión de este artículo, la decisión de Anatel ya estaba pendiente de análisis por el Tribunal General de la Unión. Sin embargo, antes de que se llegara al mismo acuerdo con Cade, que se concretará en 2022, en julio de 2021, AT&T decidió vender Sky Brasil a un grupo argentino (BUCCO, 2021), tal como lo había propuesto el área técnica de Anatel. y el Ministerio Público Federal especializado junto con la agencia.

Ladeira (2019, 2020) y Ladeira y Marchi (2019), que también analizan el desarrollo de los órganos reguladores brasileños en el período previo a la fusión, así como la finalización de los procesos de los órganos reguladores, la susceptibilidad y la propiedad privada vigente no brasil Isso porque Lei do SeAC foi interpretada pelos agent (Abert e Sky) na medida dos interest des seus representats, em detrimento do bem comum, o que remonta a de modo de Regulation neoliberal a partur das transformasof capitalismo views nest artigo, o qual, between otras búsquedas, mudou la intención de ser considerado servicio público entonces, el modelo ford, y el papel del Estado en el ámbito privado, lo que implica un equilibrio de fuerzas.

Além disso, Ladeira e De Marchi (2019) questionam a analysis is limited to the terms of a promulgada há 10 aos sober a sede da empresa em determinado país, mesmo com a presença cada vez maior de atores no world cenario, sem import onde is tu asiento. Ademais, observó la tendencia de centralización y concentración de empresas globales para comprar canais *radiodifusión*-como se vio en Argentina en 2016- y de empresas de internet y lonas de Youtube, o incluso la oferta de los mejores servicios de *transmisión* Conglomerados tradicionales y grupos de Internet, que incluyen debates audiovisuales sobre la producción de contenidos nacionales y la duración de los debates en ambos casos.

Nesse consideró, sin embargo, que los órganos reguladores y de defensa de la competencia no aprobaron el debate sobre la justificación de la fusión, y que hubo problemas de interpretación y la necesidad de una acción legislativa, dadas las transformaciones del capitalismo. Sí, no tratamos la fusión de los temas de AT&T y Warner Media como neutralidad del discurso; concurso audiovisual tradicional con servicios de *transmisión*; tratamiento de datos personales de los ciudadanos a partir de las nuevas configuraciones del mercado audiovisual en Internet; papel de pequeños productores, programadores y probadores de Internet ante el nuevo escenario; financiamiento de producción y distribución nacional de material audiovisual como Condecine; objeto de importantes discusiones en torno al derecho a la comunicación, la pluralidad de votos que no se pretenda producir como ayuda, o la formación de una opinión públicamente diversificada.

Consideraciones finlandesas

Este artículo se analiza, a la luz de la EPC, en términos de acumulación del capitalismo como parte de los avances tecnológicos, especialmente en el campo de las telecomunicaciones, la telemática e Internet, que culminan en cambios en la forma de regulación y el modelo de acumulación. . Con la formación de nuevas estructuras de mercado y agentes de escala global, serán barreras de mercado, presentando la producción audiovisual y presentando un nuevo conjunto de regulaciones económicas y económicas.

A modo de ejemplo, presentamos un análisis de la compra de Time Warner (Warner Media), reconociendo la producción de contenidos, AT&T, el gigante de las telecomunicaciones, y la típica integración vertical del campo de valor audiovisual. Por cierto, Warner Media se ha comprometido a brindar apoyo financiero para los eventos que se lleven a cabo en caso de una oferta de servicios de*transmisión*Internet audiovisual, que permite el acceso directo al consumidor, al mismo tiempo que pasa por un conglomerado de telecomunicaciones que trabaja precisamente con la accesibilidad tecnológica de la información digital. Además, AT&T ha entrado en un mercado de producción de contenidos que requiere una empresa con reputación construida con el público, un mercado de marketing y traficantes culturales, aumentando su área de actuación y así como barreras estético-productivas, vista o poder. ea hegemonía dos agentes.

Como todo proceso de competencia a través de la compra o fusión con agentes que trabajan internacionalmente, la empresa logra analizar órganos y defecar competencia para obtener los efectos en el mercado. En este caso Brasil, analizaremos y discutiremos las disputas de Anatel, Ancine y Cade que aumentarán las posibilidades de una mayor centralización del mercado y la existencia de propiedad propietaria en la distribución y producción de contenidos en Servicio de Acceso/Condición 2011.

Las diferentes posiciones de los órganos en este caso muestran que los desafíos regulatorios no son grandes en el momento de la transición de la participación de los agentes a la producción audiovisual. La historia de barreras político-institucionales, ya sea en la ley, ya sea en normas o decisiones de las autoridades reguladoras, ha seguido beneficiando a los agentes líderes del mercado, lo que puede aumentar el número de impedimentos a la entrada de otros agentes, así como la capacidad de pagar por la producción y distribución. Así, en la práctica, representa un perjuicio a la pluralidad de contenidos y que la ciudad pueda acceder, desde una perspectiva cualitativa numérica, a agentes alternativos restrictivos, que también interfieren en la no construcción de una barrera estético-productiva.

Assim, discutiremos algunos temas, casos de duda sobre regresiones de integración vertical y confluencia de varias áreas sobre un mismo tema. Percebem-se limitacões quanto àordinationen, no sense of não saber ao certo a quem compete that context a un market each times mais integrado. Hay, sin embargo, cuestiones relacionadas con la conciliación de diferentes intereses en el proceso de toma de decisiones que no están contempladas en el trámite del proceso -el establecimiento de cuotas para producciones independientes y las políticas para la producción audiovisual nacional- además de las discusiones, tienden para ver la creación de activos que compitan a escala global, cuyas estructuras sólidas de capital y mercado pueden imponer barreras a las empresas locales, además de las existentes.

Resta acompaña una omisión normativa persistente y, como afirma el Estado, promueve discusiones de gran envergadura y alternativas a la sociedad además de tratados jurídicos, localidades en materia de empleo y disputas de poder entre agentes privados de interés. Ensayo tentativo a que buscamos dar luzes.

Referencias

ANATEL. Secretario del Director General.**Acuerdo nº 46, 17 de febrero de 2020**. Brasilia: ANATEL, 2020. Disponible en:https://www.in.gov. br / es / web / dou / - / acordao-n-46-de-17-de-fevereiro-de-2020-243806906 . Acceso em: 12 juegos. 2021

ANCINE.ReuniãodeDiretoriaColegiada.**DeliberaçãodeDiretoriaColegiada Nº 861-E, de 2020**. Río de Janeiro: Ancine, 29 plató. 2020. Disponible en:https: // telaviva.com.br/wp-content/uploads/2020/10/SEI_01416.016434_2017_69- 1.pdf . Acceso en 12 conjuntos. 2021

AGLIETTA, M. Capitalismo en el Cambio Cambio: La Teoría de la Regulación y el Desafío del Cambio Social.**Revisión de la nueva izquierda**, n. 7, pág. 16-70. 2001.

BARRETO, SM do Rêgo.**El mercado de las comunicaciones brasileñas en el contexto de la convergencia**: Analizar las estrategias de America Mobile y del Grupo Globo. 2018. Tesis (Apoyada por Comunicación) - Facultad de Comunicación, Universidad de Brasilia, Brasilia, 2018. Disponible en: https:// repositorio.unb.br/handle/10482/32830 . Acceso em: 12 juegos. 2021

BOLAÑO, CRS Conceitos da Economia Política da Comunicação. Primera parte del primer módulo del curso "Economía y Política de las Comunicaciones en Tiempos de Crisis".**Movimiento diario**. São Cristóvão: 2019. 1 vídeo (22 m). Disponible en:https://www.dailymotion.com/video/x7mf5cm . Consultado en: 21 hace. 2020a.

BOLAÑO, CRS**Industria Cultural, Información y Capitalismo**. San Pablo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, CRS**Apuntes sobre la Reforma de las Telecomunicaciones en Europa y nuestra EUA en 1992**-Textos para Discusión I. São Cristóvão: EPTIC, 2000. Disponible en:http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/libon2ed. pdf . Consultado en: 09 feb. 2017. 2000b.

BOLAÑO, CRS**Políticas de Comunicación y Política Económica de las Telecomunicaciones en Brasil**: convergencia, regionalización y reforma. 2ª ed. Aracaju: Eptic, 2003, v. 2.

BOLAÑO, CRS**¿Cuál es la lógica de las políticas de comunicación en Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.

BRASIL. [Constitución (1988)].**Constitución de la República Federativa de Brasil**. 34. ed. Brasilia: Edições Câmara, 2011.

BRASIL.**Ley n. 9.472, 16 de julio de 1997.**Disposición sobre la organización de los servicios de telecomunicaciones, la creación y funcionamiento de un órgano regulador y otros aspectos institucionales, nuestros términos de la Reforma Constitucional nº 8, 1995. Brasilia, DF: Presidencia de la República, 1997. Disposición.http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9472.htm . Consultado en: 20 hace. 2017.

BRASIL.**13.879 leus, 3 de diciembre de 2019**. Altera a la Lei nº 9.472, de 16 de julio de 1997, para permitir la adaptación de modalidad de servicios de telecomunicaciones fuera de servicio para autorización, ea Lei nº 9.998, de 17 de agosto de 2000, y para sustituir dispositivos de Lei nº 9.472, de 16 de julio de 1997. Brasilia, DF: Presidencia de la República, 2019. Disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13879.htm . Accedido por: 1 feb. 2021

BRASIL.**Ley n. 12.485, 12 de septiembre de 2011**. Disponible en comunicación audiovisual de acceso condicional. Brasilia, DF: Presidencia de la República, 2011. Disponible en:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/L12485.htm . Consultado en: 20 hace. 2017.

BRAS, R.**Reorganización capitalista, empresas multinacionales de consultoría y telecomunicaciones**: una privatización del Sistema Celebra la lógica de la globalización del capital. 2014. 245 ss. Tesis (Apoyada por Comunicación y Sociedad) - Universidad de Brasilia, Brasilia, 2014. Disponible en:https: // repositorio.unb.br/handle/10482/17248 . Acceso em: 12 juegos. 2021

BRITTOS, VC Una oligopolización del mercado televisivo brasileño por cesión. *En:*BRASIL CONGRESO DE COMUNICACIONES DE LA COMUNICACIÓN, 22, 1999, Rio de Janeiro.**Anais**[...]Río de Janeiro: INTERCOM, 1999.

BRITO, VC**El capitalismo contemporáneo, un mercado brasileño para la televisión y la expansión transnacional**. 2001. Tesis (Doutorado) - Programa de Posgrado en Comunicación y Culturas Contemporáneas, Universidad Federal de Bahía - UFBA, Salvador, 2001. Disponible

em:http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2015/05/ok2tese_valbri1.pdf . Acceso em: 12 juegos. 2021

BUCCO, R. AT&T vendió Sky Brasil al grupo argentino.**Tele.Síntesis**, Brasília, 21 de julio. 2021. Disponible en:https://www.telesintese.com.br/att-vende- - a-sky-brasil-a-grupo-argentino / . Acceso en 12 conjuntos. 2021

CADE. Consejo de CADE.**Acuerdo sobre control de concentraciones**. Brasilia: CADE, 23 fuera. 2017. Disponible en:https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?DZ2uWeaYicbuRZEFhBt- - n3BfPLlu9u7akQAh8mpB9yO01RAXmBalyHXIhW_LV79RSejeGeMJIcO9YAygcwMzFFcjN6w . Acceso em: 12 juegos. 2021

CADE.**Ato de Concentração nº 08700.001390 / 2017-14**. Brasilia: CADE, 18 fuera. 2017. Disponible en:https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php? DZ2uWeaYicbuRZEFhBt-n3Bf-PLlu9u7akQAh8mpB9yOl1hYLduJjx4bEV7sWvxxsYdCXaTNXXfJ6dd7Y3z0U5q-7Niht5GYOX tm . Acceso em: 12 juegos. 2021

CHESNAIS, F.**Capitalización de capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

CHESNAIS, F. Como resultado de la crisis económica mundial.**Em Pauta**, Río de Janeiro, n. 31, v. 11, pág. 21-37, enero-jun. 2013.

PRENSA DE FRANCIA. AT&T completa fusión con Time Warner.**G1**, s/l, 15 jun. 2018. Disponible en:https://g1.globo.com/economia/noticia/att-completa- - fusao-com-time-warner.ghtml . Accedido por: 8 feb. 2021

GONDIM, A. Diputado de la PGR y el TCU contra la fusión de AT&T y Time Warner.**Tele.síntese**, Brasilia, 20 feb. 2020. Disponible en:https: // www. telesintese.com.br/deputado-aciona-pgr-e-tcu-contra-fusao-da-att-e-time- - advertidor / . Acceso em: 12 juegos. 2021

HAJE, L.; LEAL, S.; PAULINO, FO Políticas de Comunicación y Sociedad Civil: Movimientos para la democratización de las comunicaciones en Brasil en 2007/2008.**Revista de Informática y Telecomunicaciones**, v. 5, pág. 121-139, 2008.

KOLESKI, Florida**Evaluación de la competencia de TV por asignación**: la lógica de la experiencia brasileña. 2010. Disertación (Maestría en Comunicación) - Facultad de Comunicación, Universidad de Brasilia, Brasilia, 2010. Disponible en:https://repositorio.unb.br/handle/10482/7608 . Acceso em: 12 juegos. 2021

LADEIRA, JM; MARCHI, L. Discursos de Imbros: la regulación del streaming en Brasil y sus ambigüedades.**Contracampo**, Niteroi, v. 38, núm. 3, pág. 68-79, diciembre. 2019 / mar. 2020.

LADEIRA, JM La fusión de AT&T-Time Warner y sus discusiones regulatorias en BRASIL.*En:*CONVOCATORIA ANUAL DE COMPOS, 28., 2018, Porto Alegre.**Anais** [...].Porto Alegre: Compos, 2018. Disponible en:http: //www. compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_XSXKUU2O3USCQB7KP2 4D_28_7449_16_02_2019_10_04_18.pdf . Acceso em: 12 juegos. 2021

LADEIRA, JM Indecisiones y procrastinación: la fusión de AT&T-Time Warner y la regulación en Brasil.**Revista Interamericana de Comunicación Intermedia**, v. 19, núm. 39, 2020.

LAUTERJUNG, F. WarnerMedia publicó en OTT, deportes y contenido original en Latinoamérica.**tela viva**, Brasilia, 09 feb. 2021. Disponible en:https: // telaviva.com.br/09/02/2021/warnermedia-aposta-em-ott-esportes-e-conteudo-original-na-america-latina/ . Acceso por: 10 feb. 2021

MARX, K.**Planta:**Manuscritos econômicos de 1857-1858 / Esboços da critique da economia politica. São Paulo: Editorial Boitempo, 2011.

NETTO, JP; BRAZ, M.**Economía política:**una introducción crítica. São Paulo: Cortez, 2006.

PERLINE, G. Turner asume que Encerrou Esporte Interativo por dinheiro: 'Conta não fechava'.**Noticiero**, São Paulo, 29 de noviembre. 2018. Disponible en:https: // noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/turner-assume-que-encerrou-esporte- - interactivo-por-dinheiro-conta-nao-fechava-23528 . Acceso por: 10 feb. 2021

POSSAS, ML**Mercado de avestruz Mercados**. 2ª ed. San Pablo: Hucitec, 1987.

VAQUER, G. Globo acusa a Turner de ilegalidad en la compra de directivas de Brasil.**UOL**, Aracajú, hace 19 años. 2020. Disponible en:https://www.uol.com. br / esporte / ultimas-noticias / 2020/08/19 / globo-acusa-turner-de-ilegalidade- - em-compra-do-brasileirao-em-nova-batalha.htm . Acceso por: 10 feb. 2021



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

La economía política de la comunicación y la cultura como referencia para los extractos sobre políticas de comunicación

La economía política de la comunicación y la cultura como referencia para la investigación en políticas de comunicación

La economía de las políticas de comunicación como referencia para las investigaciones que miran a las políticas de comunicación.

Adilson Vaz Cabral Filho

Correo electrónico:acabral@comunicacao.pro.br

Profesor de la Universidad Federal de Fluminense en el Curso de Comunicación Social y el Programa de Posgrado en Medios y Cotidiano. Tem poss- - Doutorado, Doutorado y Mestrado em Comunicação Social. Atua nas areas de Políticas de Comunicação e Comunicação Comunitaria.

Eula Dantas Taveira Cabral

Correo electrónico:eulacabral@gmail.com

Profesor del Programa de Postgrado en Memoria y Acervos, trabajando en el Centro de Políticas Culturales de la Fundación Casa de Rui Barbosa. Tem pos-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação Social. Atua nas áreas de Economía Política de la Comunicación, Cultura e Información.

Recibido el: 30.05.2020 Aprobado el: 26.10.2021

Resumen

Este artículo objetivo presenta dos propuestas de inversión que relacionan temas comunes a las políticas de comunicación y cultura, mostrando de manera evidente estas áreas que abordan la economía política de la comunicación y la cultura como análisis de análisis. Para abordar la política latinoamericana de comunicación comunicativa y diversidad cultural en nuestros conglomerados mediáticos, estos temas reflejan una mirada crítica y sistémica que transmite prácticas mediadoras que la distinguen en sus relaciones globales, entre sí, y entre regionales y locales, constituyen áreas de educación y espacios de formación que despertarán noticias e interés.

Palabras clave: Políticas de Comunicación. Comunicado de comunicación. Diversidad cultural. Economía política de la comunicación y la cultura.

Resumen

Este artículo presenta de manera objetiva propuestas de investigación, basadas en temas relacionados con las políticas de comunicación y cultura, mostrando la importancia de estas áreas, incluyendo la economía política de la comunicación y la cultura en particular. Para abordar las políticas comunicacionales de América Latina y la diversidad cultural en los conglomerados mediáticos, estas investigaciones refutan una visión crítica y sistémica que contextualiza las distintas prácticas de los medios en sus relaciones con el Estado, la sociedad como en su conjunto global, regional y global. dimensiones locales, constituyendo áreas de especialización y espacios de capacidad que inspiran nuevos e interesantes intereses.

Palabras-clave: Políticas de Comunicación. Comunicado de comunicación. Diversidad cultural. Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Resumen

Este artículo tiene como objetivo presentar dos propuestas de investigación, sobre temas relacionados con las políticas de comunicación y cultura, mostrando conexiones entre estas dos áreas que toman como referencia de análisis la economía política de la comunicación y la cultura. Al abordar las políticas de comunicación comunitaria latinoamericana y la diversidad cultural en los conglomerados mediáticos, estas investigaciones refuerzan una mirada crítica y sistémica que contextualiza las distintas prácticas mediáticas en sus relaciones con el Estado, el mercado y la sociedad, así como en sus dimensiones global, regional y local. , constituyendo áreas de especialización y espacios de formación que suscitan nuevos y crecientes intereses.

Palabras clave: Políticas de comunicación. Comunicación comunitaria. Diversidad cultural. Economía política de la comunicación y la cultura.

Introducción

Este artículo presenta dos proyectos de inversión que articulan temas relacionados con las políticas de comunicación relacionados con la economía política de la comunicación y la cultura (EPCC) como análisis de análisis. Se basa en la articulación de encuestas y eventos en el campo de la economía política de la comunicación y la cultura como parte del proyecto “Concentración de la concentración mediocre en la democratización de la comunicación y la diversidad cultural: análisis de los congresos de gran formato de la EP” Casa de Rui Barbosa, como parte del proyecto "Políticas Locales de Comunicación Comunitaria en América Latina", del grupo del Centro de Investigación y Producción en Emergencia y Comunicación (EMERGE) de la Universidad Federal de Fluminense.

Con base en los dos proyectos, se trata del tratamiento de las políticas de comunicación sistémica, las dimensiones económicas, políticas y culturales particulares y la comprensión de los aspectos relacionados con la viabilidad de las iniciativas de comunicación de comunicación multicultural tradicional. Para abordar las políticas de comunicación latinoamericanas los conglomerados mediáticos tienen una perspectiva sobre la construcción de la diversidad cultural y la democratización de la comunicación y la cultura, y sus estrategias de discusión están estrictamente enfocadas a involucrar sus relaciones con el Estado, el mercado o la sociedad, así como como sus dimensiones globales, regionales y locales,

1. Economía política de la comunicación y la cultura en encuestas y eventos

Trabajar en temas relacionados con las políticas de comunicación a partir de la referencia a la economía política de la comunicación y la cultura, que cada vez son más desafiantes para nuestros países de América Latina. En elecciones recientes, los gobiernos han estado dirigiendo su proporción a la desregulación del mercado, deixam de lado os diriteos humane e prejudic a population, que passe a ser submetida a descaso a à falta de conhecimento. ¿Cómo reparas estas barreras y sigues prestando atención a lo que vas a hacer a la hora de analizar los escenarios y la evidencia científica?

El área de economía política de la comunicación y la cultura viene de ganar espacio en la inversión brasileña desde finales de la década de 1980. Al mismo tiempo, las instituciones científicas están construyendo relaciones con el mercado, legitimando la lógica de la formación de nuestros egresados para grandes conglomerados.

mediadores y figuras culturales, así como el impulso a la producción de duraznos para grandes empresas capitalistas por parte de investigadores del área. ¿Cómo apoyar el campo crítico del campus de ciencias que critica críticamente la comunicación y la cultura?

Durante el gobierno del Partido del Trabajo (PT, de 2003 a 2016), como instituciones científicas incluyen el abordaje del sistema capitalista, que también es implementado políticamente por las autoridades gobernantes en Brasil, y no prejuzga. No creo que sea aceptable. En 2016, la presidenta Dilma Rousseff sofreu*el proceso de destitución*Regresaré el poder a Brasil, pasándolo a trabajar más directamente con las estrategias de gestión de derechos humanos, incluso en las áreas de comunicación y cultura.

Qué área científica no entiende cómo la más problemática sufre directamente del abismo de los nuevos gobernantes. Los Ministerios de Comunicaciones y Cultura se extinguieron bajo los gobiernos de Temer (2016-2018) y Bolsonaro (2019-), transformándose en áreas anexas y pastas ministeriales recientemente pasadas. Somente en 2020 se creó el Ministerio de Comunicaciones, con una nueva configuración, por el Gobierno de Bolsonaro.

Al 12 de mayo de 2016, Medida Provisory alcanzó 726, convertido a Lei en 13,341 el 29 de septiembre de 2016, extendiéndose al Ministerio de Comunicaciones, transformándose en el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Innovación y Comunicaciones (MCTIC). Com o Ministério da Cultura foi muito pior. Está extinto desde el gobierno de Temer y, el 2 de enero de 2019, el nuevo presidente de la República, Jair Bolsonaro, anunció una prórroga del Ministerio de Cultura, incorporando sus atribuciones al recién creado Ministerio de Educación y Cultura. en la Secretaría Especial de Cultura, la cual no será trasladada al Ministerio de Turismo el 7 de noviembre de 2019. Sí, el 16 de octubre de 2020, fue sancionado por Medida Provisioria 980/20, reescribiendo el Ministerio de Comunicaciones con una estructura de superministerio,

Con la implementación de gobiernos rectores desmantelando espacios para la implementación de políticas públicas transformadas en la implementación de directivas de derechos humanos en los ámbitos de la comunicación y la cultura, los desafíos que enfrenta la EPCC se incrementarán. Nuevos grupos y encuestadores están trabajando en proyectos en todo Brasil, lo que lleva a inversiones científicas en parcelas con activistas de la comunicación y la cultura.

En 2017 fue creado, por la Fundación Casa de Rui Barbosa (FCRB), el Grupo de Economía Económica de la Comunicación y la Cultura (EPCC), registrado en el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), que trabaja de cerca: derecho a la comunicación , derecho a la información y derecho a la cultura. Tengo cuatro docenas de doctores, un doctor, dos maestros, dos estudiantes y cinco egresados, mande

dos bolcheviques de Iniciativa Científica (CNPq) y tres bolcheviques y programas de posgrado de la FCRB.

Los hallazgos del grupo EPCC son considerados políticas de comunicación y cultura y estudios críticos sobre los escenarios de los medios brasileños en relación con los países de América Latina. Analizar el papel de emperatrices mediocres y políticas que no debemos evitar la concentración de mediación no toma como un paso hacia los medios brasileños o el laúd de la sociedad a través de la democratización de la comunicación y la cultura. Verificar críticamente los escenarios cultural, medio, económico, político, social y tecnológico de Brasil, examinando cómo cada conjunto de influencias y entre sí (políticos, empresas de medios y sociedad civil) se comportan y responden a la legislación, la sociedad y la posibilidad de transformarse en realidad la democratización de la cultura, la información y la comunicación (CABRAL, 2020).

El grupo de pesca del EPCC se basa en tres estrategias: 1. Inversión científica y análisis del escenario medio brasileño; 2. realización de eventos que acerquen a encuestadores y activistas para el debate o la búsqueda de alternativas para la democratización de los medios y el área cultural; 3. Divulgación científica: disponibilidad en línea de información y análisis de trabajos relevantes para el área de EPCC y las políticas de comunicación y cultura en el sitio web de EPCC y en el canal de*podcasts*científicos*Sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura*nuestras principales plataformas de audio en línea.

La primera estrategia del grupo EPCC, inversión científica y análisis del censo medio brasileño, se basa en el desarrollo de peculiaridades científicas que analizan el escenario medio brasileño. Trabajar en tres grandes proyectos de Pesquisa, mandando que el principal es “Concentrando mediana concentración de democratización de la comunicación y la diversidad cultural: análisis de las estrategias de los grandes conglomerados” (2020), que desde 2017 cuenta con el apoyo institucional de programas de inversión con base científica viñetas de iniciación de la institución, de la Faperj y del CNPq, y del Programa de Posgrado en Memoria y Acervos (PPGMA) de la FCRB.

Los resultados de las inversiones científicas se pueden consultar en los trabajos "Comunicación y Cultura en Brasil: Diálogos con la Economía de la Comunicación y la Cultura" (2018), "Desafíos de las Políticas de Comunicación" (2019), "Comunicación y Cultura" Perspectiva” (2020)) y “Panorama Reflexivo de la Cultura y la Comunicación” (2020), también cuenta con artículos presentados en eventos nacionales e internacionales.

El Oobjetivogeraldoprojeto “Concentración de medios y democratización de la comunicación y la diversidad cultural: analizando las estrategias de los grandes conglomerados” (2020) es analizar la concentración de medios en Brasil y la importancia de la comunicación como de-

encomienda a las organizaciones sociales que defiendan la democratización de la comunicación y la diversidad cultural.

La metodología científica se basa en nuestros métodos cuantitativos y cualitativos, basados en estudios de casos y casos exploratorios y descripciones de carácter multimetodológico, utilizando datos bibliográficos y documentales, entrevistas y estudios de sitio. Assim, todo el referente teórico se aplica a la economía política de la comunicación y la cultura, políticas de comunicación y cultura, concentración de medios, nuevas tecnologías, democratización de la comunicación y la cultura y diversidad cultural (2020).

Nuestras encuestas muestran que se han hecho, observando que los cinco principales grupos de medios privados brasileños (Globo, SBT, Record, Bandeirantes y Rede TV!), así como familias, políticos y jugadores que controlan las transmisiones de TV abierta en casi el 100% de Territorio brasileño, ideológicamente influyente en la sociedad brasileña y que no valora la diversidad cultural de un país multicultural como Brasil. Además, las telecomunicaciones están dominadas por cinco grupos (Vivo, Oi, Claro, Tim y Sky) que controlan telefonía, internet y TV por red. El control de la radiodifusión y las telecomunicaciones en Brasil por parte de algunos conglomerados impide la democratización de la comunicación y la cultura.

Las referencias bibliográficas del grupo EPCC incluyen autores como Armand Mattelart (2005), John Thompson (1998), Cees Hamelink (1981), Paulo Faustino (2013), Alfonso Sánchez-Tabernero (2002), Dênis de Moraes (2016), Ben H. Bagdikian (1993), Pérez Gómez (2000), Anamaria Fadul (1998), Valério Brittos (2008), Murilo César Ramos (2000), John Holloway (2003), Lia Calabre (2015), César Bolaño (2008) , Vincent Mosco (2011), Jacqueline Dourado (2016), Francisco Sierra Caballero (2013), Luis Albornoz (2017), Othon Jambeiro (2000), Venício Lima (2012) y Marcial Murciano (2006), entre otros que también están numerados Sección de biblioteca del sitio EPCC.

Es importante señalar que, en el grupo EPCC, cada participante que se especialice en emuma será quien aumente el papel de la democratización de la comunicación y la cultura en Brasil. Todo trata de la propuesta de referencia teórica, investigación de mercado y publicada públicamente en los medios de comunicación y no*Diario Oficial de la Unión*, além de conhecer o autore, as teorias eo conteúdo proposto em cada artículo y libro fichados e, assim, poder reflexionar y analizar como artículos temáticos y científicos,*podcasts*mi*libros electrónicos*del proyecto EPCC, presentado en eventos científicos nacionales e internacionales.

La segunda estrategia de la EPCC, que trabaja en conjunto con el proyecto Pesquisa, es la realización de eventos científicos con el objetivo de acercar pesquisadores y activistas para el debate o la búsqueda de alternativas a la democratización de los medios culturales y los medios de comunicación. De 2017 a 2021 he realizado más de 50 eventos científicos, como los Coloquios de Economía Política de la Comunicación y la Cultura, disponibles en el canal del grupo

(EPCC Brasil), en Youtube y en el sitio de la EPCC. Participar como mentores y mediadores que critican posiciones en relación a las áreas de comunicación y cultura, analizando escenarios brasileños y contribuyendo con alternativas que puedan ser apoyadas por la sociedad civil en cualquier parte de Brasil. Es el caso de Marcos Dantas, Cesar Bolaño, Murilo César Ramos, Suzy dos Santos, Juliano de Carvalho, entre otros.

Como consecuencia de los hechos realizados, publicados en 2018 o *libro electronico* "Comunicación y Cultura en Brasil: Diálogos con la Economía Política de la Comunicación y la Cultura", con textos escritos por algunos de los palestinos de los eventos realizados. Está disponible en los sitios de EPCC y FCRB. En 2019, junto con el Grupo de Trabajo sobre Comunicación de la Unión Latina de Economía Económica de la Información Política, Comunicación y Cultura (Ulepicc Brasil), se publicó en línea "Desafíos de las Políticas de Comunicación". En 2020, organizaremos dos *libros electrónicos*: "Comunicación, Cultura e Información y Perspectiva" y "Panorama Reflexivo de la Cultura y la Comunicación", disponibles gratuitamente en Internet, con textos de ponentes de eventos y solicitudes de integrantes del grupo EPCC, parte del Proyecto Proyecto diante mediar de democratización de la comunicación y diversidad cultural: análisis de las estrategias de los grandes conglomerados" y de las parroquias de los grupos EPCC y EMERGE.

Los organizadores de los trabajos incluyen la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCC) Fundamental Pork, como crítico y analítico, auxiliar de análisis y comprensión de lo que presentamos nuestros mediocres y culturales mercados brasileños, la asimilación como regla , parte del movimiento entre los diversos conjuntos de la sociedad. Além de levar a comprendender o jogo emprendido pelos atores sociés ea attuação da civiliediedie, fornece subvenciones mais strustrudos para melhor comprenrender als realis da sociedade de poder dar as cards e fazer valer as necessidades, afirmando a comunicao as communion et cultur of public interest.

Nuestros trabajos "Comunicación y Cultura en Brasil: Diálogos con la Economía Política de la Comunicación y la Cultura" (2018), "Desafíos de las Políticas de Comunicación" (2019), "Comunicación, Cultura e Información y Perspectiva" (2020) y "Panorama Reflexión de Cultura y Comunicación" (2020), como (las) pesquisadoras (es) del área constatan que desde el estudio al área EPCC es posible: identificar problemas y teorías que conciban realidades persistentes de entidades informacionales y culturales; analizar la reconstrucción histórica, haciendo comprensibles las contradicciones de las condiciones sociales, académicas y político-culturales; y promover la reflexión sobre la posición y el compromiso social de la teoría con la práctica de los movimientos sociales.

Es importante señalar que, como teoría crítica en el estudio de la comunicación y los estudios culturales, la EPCC analiza las funciones de los discursos corporativos en Brasil, el Estado, los diversos gobiernos y procesos.

sos reguladores en relación a la concentración y formación de monopolios y oligopolios del conjunto, y como políticas culturales construyeron y deconstruyeron nuestras dependencias federales, estatales y municipales. En otras palabras, el compromiso de las organizaciones de la sociedad civil sin estas configuraciones, que es fundamental en nuestros procesos comunicacionales y culturales, para formular y viabilizar políticas públicas del conjunto.

A partir de la fundamentación, estudio y análisis de las áreas científicas y del trabajo realizado por activistas de la comunicación y la cultura, la tercera estrategia del grupo EPCC es la divulgación científica, brindando información y explicaciones científicas a la cultura atraída por el sitio EPCC y el canal de *podcasts Sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Todos los materiales disponibles son el resultado de las inversiones fácticas en el proyecto "Concentrándose mediando la concentración en democratización, comunicación y diversidad cultural: analizando las estrategias de los grandes conglomerados" (2020).

El sitio EPCC (https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc), lanzada en agosto de 2017, como meta chamar e para involucrar a nuestras sociedades relacionadas con la democratización de la comunicación, la cultura y la información proporcionada por publicaciones publicadas (solo 2 mil notas / notas disponibles) acessíveis, além de pesquisas feitas nas instituitções científicas e pelo grupo , com una lista de artículos y libros, un área con legislaciones nacionales e internacionales y otra con los eventos científicos sobre estudios temáticos.

También trabajo con el canal de*podcasts Sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Distribuido gratuitamente en las principales plataformas de audio, como Spotify, trabajo de campo analizado, mostrando quiénes fueron los autores y trazas, y embajada teórica compartida de las áreas de comunicación, cultura e información. Hoy está disponible más de 100 *podcasts*científicos.

Posicionarse críticamente en el ámbito de las EPCC y como parámetro en las políticas de comunicación y cultura, cada una de las cuales es más desafiante. Como observan Adilson Cabral y Eula Cabral (2005), la democratización de la cultura y la comunicación es una historia de la prohibición de los movimientos sociales en Brasil, considerando las necesidades de reforma de las políticas públicas, la diversidad de capacidades productivas Ejercer control sobre las principales circulares, incluyendo la implementación de beneficios locales y comunitarios.

Como asesinado por Murilo César Ramos (2000, p. 93), este tema debe ser abordado en la movilización de una “opinión pública dotada del poder de decisión y las consecuencias de estas decisiones, incluyendo, por ejemplo, los consejos y organizaciones populares que predomina en la propiedad cooperativa u otras formas de autogestión”.

Se trata precisamente de movilizar a una sociedad en proceso de democratización de la comunicación y la cultura en Brasil, demostrando que tiene muchos espacios para construir por parte de los movimientos sociales, además del involucramiento pleno y jerárquico de personas y organizaciones. No es un privilegio de las relaciones capitalistas, sino también que los movimientos sociales necesitan promover y prosperar. Comprometiendo la posición crítica de la EPCC y como política de comunicación y cultura, parte de las pecunias científicas realizadas seguirán estando a la altura de la sociedad o del conocimiento, demostrando la comunicación o la cultura en todos sus derechos.

2. Políticas locales de comunicación comunitaria en América Latina

Esta propuesta busca investigar la formulación e implementación de políticas comunitarias de comunicación en los países latinoamericanos, incluyendo aquellas que se distinguen por dos arreglos público-estatal y privado-comercial, como el proyecto "Comité Politica" en América Latina", apoyado por el Programa Institucional de la Iniciativa Científica (PIBIC) de la Universidad Federal de Florida (UFF) / CNPq desde 2015.

Inversión cualitativa comprensible de las estructuras del Estado para los miembros con la comunicación en general y, en particular, el centro de comunicación. También entiendo las leyes de referencia en la comunicación y nuestros respectivos medios de comunicación en aspectos que definen, delimitan y viabilidad. Contextualizar, por fim, los actores sociales que movilizan la formulación, aprobación e implementación de sus políticas, aportando sumas a inversiones diversificadas y compromisos con la afirmación de la comunicación como derecho humano.

¿Cómo identificamos la visibilidad de la comunicación en las estructuras de gobierno latinoamericanas; Comprender la legislación específica relativa a la radiodifusión comunitaria y contribuir al fomento de la sostenibilidad de las iniciativas de comunicación comunitaria.

2.1 Caracterización del estudio

En los últimos años, hemos realizado una serie de estudios sobre las políticas públicas y de comunicación política, en particular la combinación de países que elegirán gobiernos progresistas en la 1ª década de la Sección XXI, o que será entendida por algunos como "Década Amplia". "en referencia a Janelas de Opportunity se abre a la política que hará avanzar las políticas de comunicación en el continente.

La percepción de la comunicación comunitaria desde sus políticas es exterior y exterior a esta reconfiguración normativa, involucrando a países como Argentina, Bolivia, Ecuador, Uruguay y Venezuela, para dejarles claro que

con el sistema tripartito -público, privado y comunitario- en su legislación nacional, aunque se trate de cambios abruptos que reorienten nuestros gobiernos de turno. La búsqueda aquí permitirá evidenciar la condición geográfica de este continente en sus aspectos político, económico, social y cultural, incluyendo un tercero compatible con el establecimiento de un sector público-privado y privado.

2.2 Territorios a encontrar

América Latina es un territorio definido como una condición de dependencia, marcado por una colonización exploratoria como parte de una serie de acciones "desalentadas" encaminadas a la expansión marítima de los países europeos, no sólo latinos. Al restringirse a la geografía de los continentes, incluyendo las Américas del Sur, Central y México, la delimitación de América Latina es, de esta forma, controvertida, tiende a consolidarse con la creación de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) en 1948 Pelo Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC), integrado por 20 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Esta composición puede incluir una especificación más allá de la comunicación, que abarque los procesos culturales que caracterizan a la región a pesar de sus diferencias específicas, relacionados con la adecuada contribución de esta comunicación al desarrollo social (BRENEVISION 2013). Es posible relacionar las especificidades de la Comunicación con conceptos análogos en el campo de las Ciencias Sociales, como la búsqueda de epistemologías del Sur, ser visto y estudiado estudios post-(coloniales) coloniales y marcha por organizaciones americanas Sociais (CLACSO), la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), la ULEPICC y la mayoría de los grupos de inversión de la Asociación Letonia-Americana del Comercio del Libro (ALAIC) se comprometen con la perspectiva crítica de la comunicación.

Assim, al mismo tiempo que los reflejos se centran en procesos de mediación, concentración y búsqueda del pluralismo y la diversidad, nuestras convenciones comunicativas más tradicionales configuran estudios de comprensión con estudios tradicionales en el campo de la comunicación política que son sumamente complejos.diferentes formas de apropiación de la información y tecnologías de la comunicación por la sociedad de nuestras lejanas tierras del continente latinoamericano.

Los estudios sobre las dimensiones de estos procesos parten de la consolidación de estas iniciativas, sus asociaciones constitutivas y las demandas de la sociedad sobre la visibilización de políticas que

posibilidad de continuidad o expansión de estas prácticas. Como parte del Movimiento Latinoamericano de Video Popular y, posteriormente, la creación de la Asociación Mundial de Radiocomunicaciones (AMARC) en América Latina, hemos establecido debates sobre los principios de comunicación regular con las Naciones Unidas y las Naciones Unidas.

A pesar de estas movilizaciones, el debate sobre las políticas de comunicación no es mi académico y se entiende que la sede se entiende como periférica dentro del campus de la comunicación. Existe un desfase considerable en el proceso formativo de los estudiantes respecto de estas iniciativas y políticas, así como en la relación de los centros académicos con los organismos de radiodifusión comunitaria, aunque existen raras y honrosas excepciones. Diante tiene una ambigua restricción al ejercicio de la radiodifusión y al funcionamiento de los servicios jurídicos, policiales, económicos y tecnológicos, así como la constante deslegitimación por parte de los medios tradicionales, e Internet acepta cualquier otra cuestión que se le presente, significa un abandono. de la radiodifusión como territorio,

En otras palabras, distingue entre las realidades de las relaciones político-normativas entre los países de América Latina y el punto de inflexión de la radiodifusión como territorio particular en conjunción con las políticas de comunicación, ante la fragilidad de la inversión en viabilidad. Este es quien envió el trabajo realizado para implementar el sitio denominado ProLocal (http://www.prolocal.uff.br), que brinda información necesaria para el desempeño de la actividad en mi capacidad académica y social, permitiéndonos identificar demandas que se implementan en forma de políticas públicas que se definen y/o logran al interior de los distintos países.

2.3 ProLocal

El portal ProLocal integra el Proyecto de Comunicación de Gobiernos Locales de Pesquisa "Comunicación Política Latinoamericana", implementado con el apoyo de Pesquisa Pro-Reitoria, Posgrado e Innovación (PROPPI)/UFF y CNPq. Promover un análisis comparativo entre las políticas locales de comunicación de nuestros países latinoamericanos, así como objetivos: identificar la visibilidad de la comunicación en las estructuras de gobierno de los países; Comprender la legislación específica relativa a la radiodifusión comunitaria y contribuir a promover la sostenibilidad en las Iniciativas de Comunicación Comunitaria existentes de acuerdo con las normas y reglamentos vigentes.

Esta plataforma brinda información relacionada con el proyecto, ofreciendo un esquema cartográfico y respecto a las políticas locales aplicadas para la comunicación de comunicados en América Latina. Comprende una inversión cualitativa de las estructuras del Estado para convertirse en miembro con el setter, el le-

referentes referenciales y principios sociales que movilizan la formulación, aprobación e implementación de sus políticas.

Los contenidos puestos a disposición en el sitio son una plataforma de articulación académica y social en el contexto de la radiodifusión comunitaria, a partir de la idea de que estas iniciativas se entienden como interfaces de complementación y promoción. Es en los medios de comunicación que es en virtud de estas distinciones que circulan los contenidos que pretenden ser pluralistas y diversos, democráticos e inclusivos, capaces de promover un sistema de comunicación que pueda sustentar nuevas visiones de la sociedad y que valore los derechos humanos. ninguna comunicación es insegura, articulando demandas de especificación del movimiento a través de la democratización de la comunicación y de las cosas en movimiento.

Sin embargo, es un desafío para estas iniciativas no apoyar la regulación de un llamado “tercero” establecido en la legislación nacional relacionada con la comunicación, pero también requiere implementación y tributación, por lo que no es necesario ir más allá, capacidad para reproducen como lógicas de mercado num nivel pero restringido, no publico-estatal suscriptor, cuja viabilidad esta condicionada a la subsistencia a gobiernos locales o gobiernos nacionales (BECERRA, 2016).

2.4 Solicitudes políticas de escaños

La primera concordancia tentativa en el establecimiento de establecimientos para la regulación de la radiodifusión comunitaria fue propuesta por AMARC como parte del documento redactado "Principios para un mercado regulatorio democrático de la radio y la televisión comunitaria", que establece con el artículo 223 de la Constitución Federal, configurando la sistemas de comunicación: pública (relacionada con el estado), privada (relacionada con la comercial) y comunicación (relacionada con la social), con distribuidores periféricos.

Generalmente definido como “conjunto de comunicación de terceros” (KEA, 2007), el conjunto de comunas con sus propias características y distinciones de la época, envió “énfasis más efectivo en la diversidad cultural y lingüística, incluida la identidad social y local, [que] promover el diálogo intercultural, [e] contribuir a alcanzar [o] el objetivo de mejorar y mediar la alfabetización de los ciudadanos [...]” (GERMANO, 2010).

Para garantizar el debido reconocimiento de las leyes nacionales, la viabilidad del conjunto reservado, el espectro y las normas y criterios que definen las identidades, objetivos y atributos del conjunto, es necesario comprender la fuerza con la que es necesario confirmar o formular compromisos. , implementar, monitorear y aprobar las políticas públicas, gravando y alcanzando la misma capacidad y posicionamiento que las iniciativas de comunicación comunicativa, garantizando así los arreglos comunistas /

sin aletas lucrativa una división que reserva un espectro del espectro y un tercio del verbo gubernamental para incentivar a fijar (CABRAL, 2015).

Esta perspectiva se abre para el análisis de varios aspectos relacionados con la implementación de estas iniciativas en la legislación de los países latinoamericanos, tales como los tipos de concesiones/alcance; límites de frecuencia, frecuencia y potencia; posibilidades de formación del habla; participación social en la gestión, programación y gestión; alema de los aspectos relacionados con la sostenibilidad, tales como fondos de apoyo, límites de publicidad, patrocinio y apoyo cultural (CABRAL FILHO y CABRAL, 2011).

2.5 Abordagem dos dados

La comprensión de las políticas locales de comunicación en América Latina se basa en una plataforma de constante actualización de referencias de activistas y activistas que identifican claramente los temas que se abordan en estos proyectos. Además de la información disponible en ProLocal, se han desarrollado y analizado artículos de investigación sobre temas específicos.

Un primer estudio que buscó abordar la situación legal comparativa entre países de Europa y América Latina a partir de Brock y Malerba (2013), todos basados en cinco análisis de análisis variados: definición legal, acceso al espectro, potencial de transmisión, prosa de outorga y sostenibilidad. . El artículo de Gustavo Gómez Germano (2010) contextualiza el documento citado de AMARC sobre la perspectiva del movimiento de comunicación en el continente.

Sí, la Relación McBride (UNESCO, 1983) establece que “los individuos y los grupos pueden (o no deben) utilizar todo tipo de comunicación y recursos propios, al mismo tiempo que los dos tipos de comunicación social”, organizados a su vez a partir de diversas iniciativas. comunicación: alternativa, antihegemónica, popular, entre otras denominaciones (PERUZZO, 2006).

La movilización reciente en la formulación de políticas para el conjunto, llevada a cabo tanto por AMARC como por otras organizaciones y grupos sociales en particular, es precisamente para comprender políticas públicamente comprometidas con la visibilidad y continuidad del conjunto. Existen mecanismos de cohesión necesarios -audiencias públicas, conferencias, cabildos, entre otros- para debatir temas en los que los métodos de trabajo serán accesibles a la población, incluyendo la comprensión de la articulación de la comunicación para la movilización del discurso.

2.6 Principios de resultados y reflexiones

Una primera inversión en este proyecto de proyecto de televisión con el tema o efecto de la transición política no se rige por los gobiernos para ser política.

en el caso de la comunicación, se evidencia la necesidad de un análisis continuo sobre los aspectos que envuelven el tema. La segunda pregunta estuvo relacionada con los límites en la visión de la comunicación como "tercero" que plantean nuestros procesos normativos y regulatorios en el continente. Constantemente se elaboran reflexiones sobre la definición de límites de potencia en la regulación de las aberraciones señaléticas más comunes en el continente y la existencia de mecanismos de convivencia en los debates, encuentros y posibles deliberaciones políticas.

El documento "El estado de los medios comunitarios en la Unión Europea" (KEA, 2007) es un referente para la formulación de políticas de comunicación comunicativa. Trazar un mapa de legislaturas existentes sobre el conjunto de países de la Unión Europea, con distintas distinciones por la presencia de democratización y la participación y participación de activistas mediocres en cada país. La propuesta propuesta se implementó con el proyecto de inversión implementado en el marco del Programa de Programas y Directrices de AMARC-ALC (América Latina y el Caribe), que compara los mercados regulatorios para la radiodifusión de 29 países de los cinco continentes, para identificarlos en la legislación y políticas públicas dirigidas a revisar y promover la radio y la televisión comunitaria" (GERMANO, 2010).

Para identificar la provisión de oportunidades para nuestras tierras progresistas, se acompaña de transformaciones en todo el continente, con especial atención a:

- Comprensión de un modelo distinto al predominantemente público-
- Estado de la Ocupación europea (fortalecido de acuerdo con la política de la política de la clase media XX, así como la anterior) y predominantemente privado-comercial de los Estados Unidos (considerado limitaciones y tensiones relacionadas con lo económico, político) público- dicotomía privada sobre la identificación de un mismo patamar de cualquier derivado o tercero, no se organiza privado (mercado) y público (Estado) para pertenecer al subtema social al que pertenece;

- una contextualización de las reflexiones sobre la cuestión de las epistemologías/ciencias de la comunicación del Sur y los procesos decoloniales, relacionados con las poblaciones originarias y/o periféricas, reconociendo los valores que la distinguen de la comunicación comunicativa (o más poblaciones que específicas y en el sector privado, los reclamos de derechos humanos se han hecho como parte de las contribuciones y sobornos en contra de la exploración y la presión que todos han hecho. Sus artículos en América Latina y otros continentes, luego forman la base para la caracterización de condiciones similares de exploración, expresando la afirmación de la preservación, reparación e integración de los pueblos indígenas originarios, así como de la diversidad en el continente.

Por ejemplo, la existencia de un nuevo mal conservador como reacción al "mal mal" que avanza en algunos países, incidentes en procesos de radicalización negativa y polarización intensificada, exige recomposición de

Principios y perspectivas que formulan la demanda reciente de políticas de acción afirmativa de derechos humanos, o que brindan actualización sobre nuevas y exitosas perspectivas para las políticas de comunicación en América Latina.

Consideraciones finlandesas

Este artículo presenta la consolidación de proyectos de inversión en términos de modos sistemáticos de comprensión de las políticas de comunicación de Brasil y los Estados Unidos de América como parte de dos proyectos de inversión realizados por los grupos EPCC y EMERGE, en 10. Se trata de distinciones distintas, complementarias de opinión y proposición, que abarcan aspectos económicos, políticos, culturales, sociales, tecnológicos e informativos para la comunicación de las políticas de comunicación en Brasil y América Latina. Entendiendo la economía de la comunicación como referencia en sus estudios y actividades, reconociendo los aspectos de traza relacionados con la estructuración del mercado,

Ambos proyectos se fundamentan en el modo de presentación de resultados de sus inversiones, atenciones de gobernanza gubernamental y orientaciones de política, así como la maduración de categorías y variables de análisis y propuestas de desarrollo organizacional, un uso completo de la formulación de modelos para la visibilidad de los productores y programadores de contenidos en espacios vehiculares viables y sostenibles, incluyendo la implementación de una comunicación democrática con derechos humanos.

Además, buscam garantiza y da continuidad a los espacios e instalaciones que enseñan y entienden estas iniciativas como la producción de vestuario científico comprometido con la democracia y la ciudadanía, así como la formación de profesionales competentes y la participación de las profesiones. sensible e ininteligible como la comunicación, es vital para una visión que tenga un enfoque sistemático y crítico de la economía política de la comunicación.

Referencias

ALBORNOZ, LA; LEIVA, MTG**Diversidad e industrias audiovisuales**: El afafio cultural del siglo XXI. México: FCE, 2017.

BAGDIKIAN, BH**El monopolio de los medios**. São Paulo: Aberta Page, 1993.

BECERRA, Sr. Público, Estado y Gobierno: Desafíos de los Medios Públicos en América Latina. En: SILVA, JD da; MORAES FILHO, I. (Org.).

Sobre los medios que queremos: Comunicación pública, derechos humanos y democracia. Olinda: Centro Cultural Luiz Freire, 2016.

BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Orgs).**Economía Política, Comunicación y Comunicación**. Buenos Aires: La Crujía, 2005.

BOLAÑO, CRS Desafíos de la Economía Política de la Información, la Comunicación y el Frente Cultural sobre las Innovaciones Tecnológicas y el Lodo Social: Una Batalla Epistemológica Actual de la Educación Crítica Latinoamericana. En: BRITTOS, VC (Org.).**Economía Política de la Comunicación: Estrategias y Desafíos al Capitalismo Global**. São Leopoldo: Editora UNISSINOS, 2008.

BRINGE, AC Comunicación para el intercambio social: ¿Qué hacemos con nuestro callejón? En: MARTÍNEZ HERMIDA, M.; GARCÍA, JAB; PICOS, XAL; GESTAL, MV (coord.).**Comunicación y desarrollo**. Buenos Aires: La Crujía, 2013.

BRITO, VC; CABRAL, A. (Orgs.).**Economía política de la comunicación**: interfaces brasileñas. São Paulo: E-papers, 2008.

BROCK, N.; MALERBA, JP Um ar mais livre? Un breve resumen sobre la situación comparativa de las emisoras de radio europeas y americanas. En: BRASILEIRA DE MEDIA CIDADÃ, 9, 2013.**Anais**[...].Curitiba: UFPR, 2013. Disponible en:http://amarcbrasil.org/wp-content/uploads/2013/08/UmArMaisLivre_VersaoMidiaCidada.pdf . Consultado en: 13 out.2015.

CABRAL, Adilson. v**Centro de medios independiente**: los primordios del activismo digital en Brasil. Curitiba: Appris, 2019.

CABRAL FILHO, Adilson V. Ni privado ni estatal: una idea pública como sistema de comunicación.**Revisa eCOMPOS**. Brasilia, v.15, n.1, ene./abr. 2012. Disponible en <http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/articulo/viewFile/668/572 >. Consultado el 29 de agosto de 2012.

_________________; CABRAL, Eula Dantas Taveira. Directrices de medios, comunicación y comunicación digital de la sociedad civil en Brasil: establecimiento de una estructura analítica para una perspectiva comparada internacional.**Brasileira de Políticas da Comunicação**, v. 1, pág. 1-14, 2011. Disponible en <http://www.rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf >. Consultado el 29 de agosto de 2012.

CABRAL, Eulá DT**Concentrando la mediana concentración en la democratización de la comunicación y la diversidad cultural**: Analizar las estrategias de los grandes conglomerados. RJ: 2020. Disponible en <https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc >. Consultado el 8 de mayo de 2020.

CABRAL, Eula DT; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. Contribuir a la apropiación social de las TIC para hacer valer un camino de comunicación socialdemócrata en Brasil. En:**Encuentro Latino de Economía Política de la Información, Comunicación y Cultura**. Salvador, 2005.

CABRAL, Eula DT; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. Importancia de EPC para traer medios a Brasil. En: CABRAL, Eula DT (Org.); CABRAL FILHO, Adil-

hijo V. (Org.).**Comunicación y cultura en Brasil**: diálogos con la Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Río de Janeiro: Fundación Casa Rui Barbosa, 2018. Disponible en <https://pesquisaicfcrb.wixsite.com/epcc >. Consultado el 8 de mayo de 2019.

CALABRE, L. (Org.).**Política Cultural**: olores y contextos. São Paulo / Río de Janeiro: Itaú Cultural / FCRB, 2015.

DURADO, JL; LOPES, DMM y S.; MARQUES, R. da S. (Orgs.).**Economía política del periodismo**: tendencias, perspectivas y desarrollo regional. Teresina: EDUFPI, 2016.

FADUL, A. La internacionalización de los grupos mediáticos en Brasil en los años 90. **Comunicación y Sociedad**, n. 29, pág. 67-76, 1998.

FAUSTINO, P.**Pluralidad mediática e indicadores de mercado y grupos empresariales en Portugal y Europa**. Lisboa: Media XXI / Formalpress, 2013.

GERMANO, GG Principios para un marco normativo democrático en radio y televisión comunitaria. En: GUMUCIO-DAGRON, A.; HERRERA-MILLER, K.**Política y Legislación para Radios Locales Latinoamericanas**. La Paz: Plural, 2010.

HAMELINK, CJ**la transea transnacional**: el papel de los trusts en la comunicación mundial. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1981.

JAMBEIRO, Ot.**Regulación de la televisión**: un estudio comparativo sobre el Mercosur. Salvador: EDUFBA, 2000.

ASUNTOS EUROPEOS DE KERN (KEA).**El estado de los medios comunitarios en la Unión Europea**. Bruselas: Parlamento Europeo, 2007.

LIMA, VA de.**Política de comunicación**: el balance de los gobiernos Lula (2003-2010). São Paulo: Editorial Brasil, 2012.

LIMA, VA de.**Regulación de las comunicaciones**: historia, poder e derechos. São Paulo: Paulus, 2011

MALERBA, JP Radio Comunitaria: Panorama de Situación Jurídica en Sudamérica.**Observatorio Imprensa**, n. 713, 2012. Disponible en:http: //www. observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed712_ panorama_da_situacao_legal_na_america_sul . Acceso em: 18 out. 2015.

MARTÍN-BARBERO, J.**Oficial de cartografía**: Travesías latinoamericanas de la comunicación y la cultura. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MATTELART, A.**Diversidad cultural y globalización**. Traducido por Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2005.

MORAS, D. de.**Críticas a la hegemonía mediática y cultural**. Río de Janeiro: Mauad X; Faperj, 2016.

MOSCO, V. La economía política de la comunicación: una tradición viva.*En:* ALBORNOZ, L. (Comp.).**Poder, Medios, Cultura**: un espejo crítico de la economía política de la comunicación, Buenos Aires: Paidós, 2011. p. 61-92.

MURCIANO, M.Las políticas de comunicación y construcción del Estado Democrático.**Sala de Prensa**, n.92, jul. 2006.

PÉREZ GÓMEZ, A. Las concentraciones de los medios de comunicación.**CAC**, pags. 80-90, 2000. Disponible enhttp://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q7perez.pdf . Consultado el: 20 de mayo de 2015.

PERUZZO, C. Revisión de los conceptos de comunicación popular, alternativa y comunicativa. Reelaboraciones no establecidas.**clave de palabra**, v. 11, núm. 2 de diciembre 2008. Disponible en:http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64911214.pdf . Consultado el: 29 hace. 2012.

RAMOS, MC**Márgenes de margen futuro**: comunicaciones, políticas y tecnología. Brasilia, EDUnB, 2000. Libro electrónico. Disponible en:http: // www.unb.br/fac/publicacoes/murilo/ . Consultado en: 12 dic. 2004.

SÁNCHEZ-TABERNERO, A.; CARVAJAL, Sr. Concentración de las empresas de comunicación en Europa: las nuevas fechas contradicen los viejos mitos.**Comunicación y sociedad**. v. 15, núm. 1, pág. 129-162, 2002. Disponible en:http://dadun.unav. edu/bitstream/10171/7987/1/20100226125222.pdf . Consultado el 20 de mayo de 2015.

SEGURA, MS; WECKESSER, C. (Orgs.).**Los medios son finitos entre lo audiovisual y los decretos**. Córdoba: Editorial de la UNC, 2016.

SIERRA CABALLERO, F. (ed.).**Ciudadanía y cultura**: Nodos conceptuales para pensar los medios digitales. Barcelona: Gedisa, 2013.

THOMPSON, J.**Medios y modernidad**: una teoría social de los medios. Traducción de Wagner por Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

UNESCO.**Un mundo y muchas voces**: comunicación e información en nuestra era. Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación. Río de Janeiro: FGV, 1983.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

La concentración de Internet y la necesidad de control social

Presentación de Dossieres Temáticos *Concentración y Regulación de Internet*

patricia mauricio

Doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (UFRJ). Profesora y Pesquisadora del Programa de Posgrado en Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Contacto:patriciamauricio@puc-rio.br

Rodrigo Moreno Marqués

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG). Profesor y Examinador del Programa de Posgrado en Ciencias de la Información de la Facultad de Ciencias de la UFMG.

Contacto:rodrigomorenomarques@yahoo.com.br

Ana Bizberge

Doutora em Ciências Sociais. OBSERVACOM. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

Contacto:anabizberge@gmail.com

Con el advenimiento de Internet para uso comercial a mediados de la década de 1990, ganamos popularidad entre algunos discursos perspicaces que siguieron las ilusiones posindustrialistas y posmodernistas, hace algunas décadas. Abrazados por las promesas de una idílica y próspera era de la información, muchos autores se vieron atrapados en el proceso de avance de las fuerzas productivas y el duelo a cuatro vientos que finalmente se dieron como condiciones para el establecimiento de un nuevo tipo de organismo.

Se acredita que internet iría constituye una nueva esfera pública, una especie de era digital, que permite la difusión de información, conocimiento y cultura. Las celebridades de Aurora acostumbradas a la acreditación digital tienen envim teriam voz como personas que ya están excluyendo la meiosis tradicional de la comunicación de masas. Saudava es el resultado de un nuevo tipo de democracia representativa que viabiliza el universo digital (GOLDSMITH; WU, 2008; McCHES-NEY, 2013). Es cierto que muchas personas y grupos no tienen la fuerza para expresarse a través de un canal. Pero, dicho sea de paso, no hay avances significativos en la forma social que asume la democracia en el modo de producción capitalista.

El curso de la historia y de la realidad en que vivimos resultará ser como los analistas se equivocan. El avance de la tecnología no se ha presentado como algo que actualice la idea de destino, sino también como explicación de la génesis de una nueva sociedad (ROMERO, 2007). El sociólogo catalán Manoel Castells (1996) chamou-a de *sociedad en rojo*construir una narrativa que presente el desarrollo tecnológico que determina el determinante del movimiento histórico. En otros términos, un mercado narrativo para el determinismo tecnológico y que no se presenta como relaciones sociales de producción y tampo como compañeros de clase. Ignore la importante alerta de Marx: el conocimiento científico y tecnológico no es una realidad verdadera y asume, en el curso del progreso histórico capitalista, la forma social del capital.

Crear los avances de la ciencia y la tecnología puede conducir a prácticas autónomas que conduzcan a relaciones sociales de vigilantes con devoción. Es un impedimento que muchos necesitan para comprender la esencia del mundo en que vivimos y, si es mejor, tener consecuencias nefastas para los partidos políticos que han superado el modo de producción capitalista o, por decir lo menos, para reducirlo. , para reducirlo .

El líder colectivo dijo en su momento que estaba engañando al estado del estado moderno, como Nicholas Negroponte, cofundador y director del Laboratorio de Medios del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT): “No tan relevante. Es un estado-nación que no es relevante”. Assim, el gurú del MIT concluye que “Internet no se puede regular” (NEGROPONTE, 1995).

Tendremos el resultado final de 2021 y las requisiciones que eludirán el pasado serán abandonadas por ustedes. Regula los distintos aspectos que cumple el internet y las aplicaciones que lo utilizan es necesario instar. Procuraremos que la regulación, en cambio, las consecuencias económicas, sociales y políticas aumenten aún más que el humanitarismo, para hacer más poderosos a los privilegiados. Finalmente, esto es aún más claro: las tecnologías de la información y la comunicación que se están expandiendo más allá del alcance de la Sección XX para XXI están absolutamente subordinadas a las deficiencias en las relaciones sociales capitalistas. Está subordinado a la lógica del capital. Pero de una forma u otra, estaremos tristes por lo que estamos pasando con otras tecnologías de la información y la comunicación anteriores a la vigilancia en Internet, como la radio, o el telégrafo o la televisión. Volveremos a asistir a la inversión de la relación sujeto-objeto, o mejor dicho, el fruto de la creación humana se vuelve contra su creador. Entendiendo los términos que presentó Marx (2010) en sus Manuscritos económico-filosóficos de 1844, no parece ser un proceso de alienación, sino una relación de pugna entre la humanidad y los frutos de la espiritualidad humana.

La tecnología cada año revela una dimensión del capital, siguiendo una tendencia que históricamente se puede observar desde una revolución industrial. Se destacan algunos aspectos de esta dimensión actual. La información, la convivencia y la cultura, el acostarse son comunes a todos, todos los cuales se asimilan al mercado y son objeto de apropiación privada y detención de apropiación social. Nuestros datos personales siempre son capturados para servir como recurso para la industria cortante, invasiva y opaca de la publicidad directa. El discurso global está contaminado con flujos de desinformación, alimentados por una industria que se relaja con los contenidos falsos y disputa esta atención.

Aprender la esencia de estas realidades requiere exagerar en aras de lo que percibimos nuestra percepción: los fetichismos de la tecnología, el mercado y el dinero, que podemos ver el poder de las empresas que difunden imágenes de bellas palabras como el camarada. Un gran ejemplo de este tipo de retórica se encuentra con nuestros términos de servicio de la plataforma de Facebook: “Facebook crea tecnologías y servicios para que las personas puedan conectarse con otras, crear comunidades y expandir su negocio” (FACEBOOK, 2021).

Nesse contexto, los problemas se vuelven más complejos cuando las grandes empresas conglomeradas instituyen oligopolios, duopolios o los Valente (2019) designan monopolios digitales. Las prácticas de monopolios y oligopolistas a través de la infraestructura de Internet y sus aplicaciones

no reproduce antiguas relaciones entre desigualdades y países subdesarrollados, sino que impone barreras que predisponen al mismo tiempo a dinámicas socioeconómicas en el interior de cada país, sea del centro o de la periferia del mundo. Según Jonas Valente, hay un proceso de concentración de mercado en curso, empresas como Facebook, Google y Amazon ambas tienen sus nichos originales y tenemos que dominar otros segmentos, con más adquisiciones de empresas que son más que gigantes de internet y prácticas de secuestro. de datos personales con la finalidad de vender publicidad. Surge un tipo de poder de mercado sin precedentes.

Sin embargo, si por el contrario un muchacho es claramente delicado de nuestra parte, entonces nos presentaremos para transformar esta realidad. Urge profundizar en los distintos tipos de concentración que actualmente dominan el universo digital e involucran a distintos agentes como, por ejemplo, operadores de telecomunicaciones, probadores de aplicaciones, probadores de contenidos, mecanismos de bus, enrutadores on-line o aplicaciones de mensajería. Por otro lado, están nuestros procesos regulatorios que precisamente están siendo discutidos, experimentados y discutidos. Es precisamente la institución de control social que rige Internet a través de su regulación, la que debe sustentar prácticas tecnológicas que le permitan sobrevivir. Es regular o que sí existe y mirar no que puede existir para compartir principios como la democracia, la competencia, la privacidad, la igualdad y,

Para aquellos que tienen una simple mención de la palabra regulación, al asociarla con la regla de control regular del gobierno, cabe señalar que es solo una conferencia de control público que se expande en prácticas anticuadas, crecimiento y privación de derechos, avance y destrucción frágil, sin embargo, pero los procesos democráticos de la sociedad civil en Borgoña. Parafraseando a Marx (2014, p. 230), defendemos que internet "debe ser público, sin gobierno". Sin embargo, si un muchacho está tratando de ser un líder principal del norte durante mucho tiempo, de lo contrario no podrá atacar los desafíos que se publican en este momento. Nessa le ruega al creador que luche para dominar su creación descontrolada, pero en un momento en que se usó con mayor frecuencia como una palabra de Marx (1874):

Estos reflejos son nuestro servicio de pre-bono para presentarles nuestros líderes y líderes o expedientes instituidos***Concentración y Regulación de Internet***, organizado por Revista, colabora con OBSERVACOM.

Abrem o dossiê thematico duas entrevistas realizadas pela Dra. Ana Bizberge. En la primera entrevista, el pesvisor argentino Guillermo Mastrini, de la Universidad Nacional de Quilmes, analizó los desafíos del estudio del con-

Marketing en Internet y propuestas de fase sobre cómo promover el poder de las grandes plataformas, especialmente en relación con la gestión de la diversidad. En la segunda entrevista, Edison Lanza, ex relacionista sobre libertad de expresión de la Organización de los Estados Americanos, aborda el problema de la concentración en el discurso global, como limitaciones a los mecanismos de regulación privada de las plataformas, el papel de los Estados y las posibilidades de pensamiento. sobre alternativas de Gobernanza de Internet en América Latina.

Ningún primer artículo del dossier, *En la Unión Europea vs. Google: Políticas de Competencia en Mercados Digitales*, Serguei Komissarov analiza el comportamiento anticompetitivo de Google entre 2008 y 2018 en el mercado digital europeo, al favorecer el posicionamiento y visualización de sus propios servicios de bus y sistema operativo Android.

En Youtube, también *tenencia* Alphabet, junto con Twitter, es el tema del siguiente artículo, de la autora Carmem Petit. Intitulado *Política de etiqueta de YouTube y Twitter*, el artículo muestra cómo estas plataformas también tienen el poder de distorsionar el debate político, de crear sistemas de rotación para identificar cuentas con potencial de propaganda política o desinformación, pero que se sustentan en criterios opacos o superficiales.

El segundo artículo, de Agustín Espada y Santiago Marino, también se titula *Tratamiento regulatorio de las plataformas digitales en América Latina y países centrales: un análisis de la imposición de impuestos, tasas, requisitos promocionales para la producción local y solicitudes de cotizaciones de contenido nacional para los gigantes digitales entre 2018 y 2020*. Conforme a los argumentos de los autores, mientras los estados centrales avanzan en un futuro marco regulatorio y sus bases para el desarrollo y redistribución de estas plataformas, en América Latina las respuestas siguen siendo reactivas.

Ante este escenario, Carlos José Napolitano y Luiz Henrique Ranzani debatieron la posibilidad de limitar las plataformas o la efectividad de la libertad de expresión, entre otros derechos fundamentales, en el entorno de las plataformas de redes sociales en línea. El fruto de esta pesquisa es el articulo *Regulación Democrática de Plataformas de Discurso Social: Posibilidades de Autorización Reguladas en Brasil*.

Entrando en este archivo, sin texto *La regulación y gobernanza de las plataformas digitales: una revisión sistemática de la literatura*, Kenzo Soares investiga el estado del arte del pesimismo nacional sobre este tema. De un total de 281 artículos escolásticos con base científica, 23 son presentados en periódicos brasileños revisados por las partes consideradas relevantes para el análisis, que revelan la evolución histórica de la discusión, los métodos utilizados, la distribución entre las diferentes diferencias y lagunas, como muchos de nuestros mercados regulados, como la solución adecuada para la regulación de plataformas. Los principales elementos de este análisis son el contexto internacional; la legislación o jurisprudencia nacional; un reglamento del trabajo organizado por meio de

plataformas; y discusión de principios para tecnologías digitales y modelos comerciales disruptivos.

Desejamos a todos y todas uma boa leitura!

patricia mauricio

Rodrigo Moreno Marqués

Ana Bizberge

Referencias

CASTELLS, Manoel.**A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FACEBOOK.**Términos de servicio**. Disponible en:www.facebook.com/legal/términos . Consultado el 05 dic. 2021

GOLDSMITH, Jack; WU, Tim.**¿Quién controla Internet?**Ilusiones de un mundo sin fronteras, Nueva York: Oxford, 2008.

MARX, Carlos.**Comentarios de Marx sobre "Estadística y anarquía" de Bakunin**. 1874. Disponible en:https://www.marxists.org/portugues/marx/1874/04/bakunin2.htm .

MARX, Carlos.**Manuscritos filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2010.

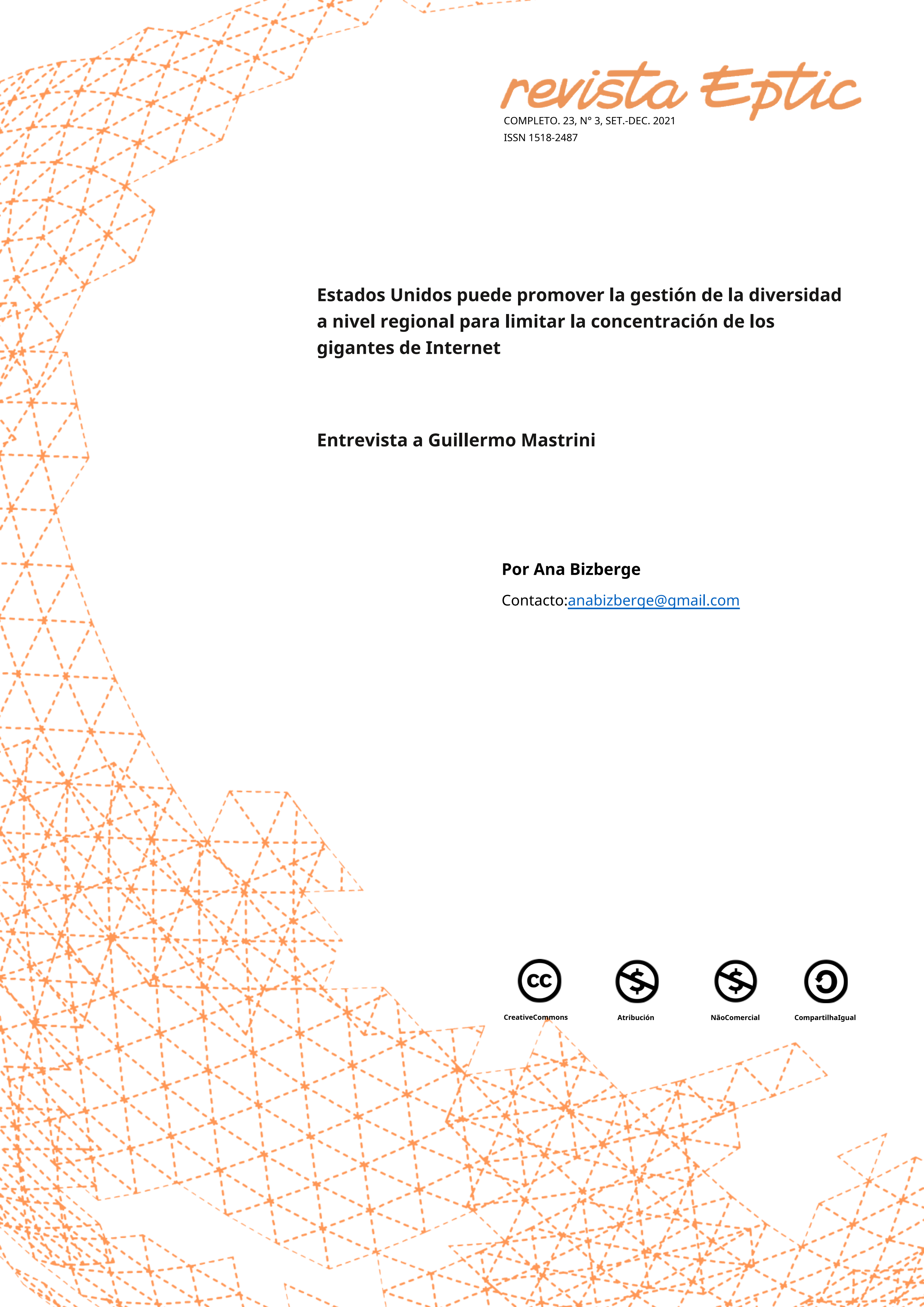
MARX, Carlos.**Sobreaeducaçãona sociedademoderna**. En: Musto, Marcello. Trabajadores, Uni-vos: Antología Política de la Internacional. São Paulo: Boitempo, 2014.

McCHESNEY, Roberto.**Desconexión digital**: Cómo el capitalismo está volviendo Internet contra la democracia. Nueva York: The New Press, 2013.

NEGROPONTE, Nicolás.**ser digitales**. Nueva York: Random House, 1995.

ROMERO, Daniel.**Marx y la técnica:**un estudio de manuscritos de 1861-1863. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio.**Tecnología, Información y Poder**: das plataformas online aos monopólios digitais. Tesis (financiada por Sociología). UnB. 2019.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Estados Unidos puede promover la gestión de la diversidad a nivel regional para limitar la concentración de los gigantes de Internet

Entrevista a Guillermo Mastrini

Por Ana Bizberge

Contacto:anabizberge@gmail.com

Guillermo Mastrini es investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) de Argentina y docente especializado en políticas de comunicación, con su ramal en estudios sobre concentración de medios en América Latina. Actualmente integra un consorcio internacional de más de 40 organizaciones a nivel mundial para el estudio de la concentración de medios e Internet a nivel global. Mastrini es profesor titular en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad de Buenos Aires y dicta todos los cursos de grado y posgrado, así como en diferentes universidades iberoamericanas. Fue consultor internacional de diversos organismos como la UNESCO, la Fundación Friedrich Ebert (FES), y el Instituto Prensa y Sociedad (IPyS) del Perú, entre otros. Creó, junto a Martín Becerra, la Maestría en Industrias Culturales y el Centro de Investigación de Industrias Culturales, ambos de la Universidad Nacional de Quilmes. También presidió la Federación Argentina de Profesionales de la Comunicación Social (FADECCOS), y fue Director de la Universidad de Asociaciones de Comunicación de Buenos Aires. Entre sus principales publicaciones se encuentra La convergencia de medios, telecomunicaciones e Internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompensivo (UNES-CO, 2019); La concentración de la comunicación informativa en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores (Universidad Nacional de Quilmes y Observacom, 2017); Los dueños de palabra (Prometeo, 2009); Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina (Prometeo, 2006). Todo en coautoria con Martín Becerra. También publicó Las Políticas de Comunicación de Vela XXI (La Crujía, 2013); Mucho ruido, pocas leyes. Economía y Política en la Comunicación en Argentina (1920-2004) (2005), y diversos artículos en revistas académicas internacionales.

Ana Bizberge: ¿Cuántos años llevamos estudiando el fenómeno de la concentración en los medios tradicionales?

Guillermo Mastrini: Yo creo que hay un escenario de alcalde titular que es de tipo general. Los modelos tradicionales de negociación de las industrias culturales, que están presentes en la entidad analógica, han sido discutidos y sostenidos en la mayoría de los mercados culturales y tienen una importante relación de interinidad en la que habrá un modelo de negociación digital en la entidad digital. Hay muchas pruebas, muchos experimentos, pero hoy no hay un modelo económico en el gran espacio. Hay modelos que lo usan un tiempo pero no consolidan.

La crisis del modelo económico también ha afectado al patrón regulatorio. Además de tener un modelo económico, que se traduce en un esquema regulatorio, con sus imperfecciones, se ajusta a esta situación donde hay una estabilidad de uno 50 años, a las grandes carreras

gos, desde 1950 hasta el 2000. Aunque tuvo cierto dinamismo fue bastante estático.

La primera cuestión, sin embargo, es jugar el modelo económico que es un modelo normativo que regula todo lo que está en crisis y no tiene la capacidad de adaptarse a un nuevo esquema, pero también algunos elementos como el concepto de convergencia. Hay mucha convergencia regulatoria pero cuando uno analiza las autoridades convergentes y hay más de un título que de eficiencia. No es que los países hayan establecido un modelo regulatorio único que realizan superficialmente.

La convergencia implícita también reúne diferentes tradiciones en materia de concentración. Tiene un modelo de restricción de concentración en el sector audiovisual y otro para las telecomunicaciones que es flexible en los 90 mucho más que el audiovisual.

¿Reunirse en un "modelo convergente" para adoptar la flexibilidad de las telecomunicaciones o el rigor del sector audiovisual?

Mi perspectiva es que se mantengan los modelos, las restricciones audiovisuales y de acceso a las telecomunicaciones, así como una sola autoridad. Si hay casos de convergencia más paradigmáticos como Gran Bretaña, hay una corporación de servicios públicos como la Broadcasting Corporation (BBC) con un mercado de telecomunicaciones totalmente liberalizado, incluyendo las Oficinas OFCOM (OFCOM).

Recapitulando, nos encontramos con la necesidad de consolidar los modelos económicos, la irrupción de nuevos temas que no tienen un plazo de consolidación y el tercer tema, probablemente, el más disruptivo, es la represión de Internet, la pérdida de dinero fueron los estados nacionales.

Generar un mercado global requiere cierto nivel de coordinación o regulación global y por eso no existe. No es momento de que surja una figura reguladora global, ni los estados se deshagan de su soberanía sobre la materia. Es una situación tensa y complicada, por un muchacho, lo que se observa empíricamente es que los estados nacionales no tienen la capacidad de hacer frente a los grandes jugadores del escenario mundial como sus plataformas en su mayoría, en diferentes momentos, siguiendo de incidente Por otro lado, las plataformas tienen capacidad para desarrollar el mercado, si tienen un escenario regulatorio definido por ellas, además serán uniformes y no tendrán que discutir en ningún país y modelos regulatorios.

Es un sistema que no satisface plenamente a nadie. Las empresas globales, el fin del mercado, están haciendo su propia lógica para su beneficio. Hacen negociaciones con los bloques regionales más poderosos,

como por ejemplo, la Unión Europea (UE), que registra para contrarrestar el poder de las plataformas. Por otro lado, los estados nacionales pretenden imponer restricciones a los gigantes de Internet con bastante eficiencia -a excepción de la UE y las empresas nacionales, con un discurso de asimetría regulatoria, dicen "tenemos nuestra competencia de reglas, que es la plataforma, no tiene ningún tipo de regulación". Si este diagnóstico es cierto, entonces es lo que presupone el esclarecimiento de este discurso por parte de las empresas nacionales que pueden buscar exenciones de la regulación.

Para los que somos actores (digitales) que estamos regulados por la particularidad que tenemos, por cumplir con el espacio de discusión pública y ser fundamental para la función democrática, esta asimetría normativa tiene que ser revisada, no cobrando por ella Actores tradicionales , para poder crear una nueva armonía que, adelanto, sabe que hay muchas formas de concretarse.

En cuanto a las categorías analíticas para el seguimiento de la concentración de Internet, las herramientas con las que los académicos y las autoridades de control comparten los datos de trabajo, ¿son aplicables al estudio de la concentración de Internet? ¿El nuevo escenario pide nuevas aproximaciones?

Se pueden utilizar las herramentas, ya que el cuerpo es el molde del tamaño del mercado. Esta es una serie de dificultades que podrían ser resueltas. Por ejemplo, para crear un CR4 a nivel internacional tendemos a tener sistemas médicos homogeneizados. Si bien los sistemas médicos son completamente diferentes, entre otras cosas, no existe una fuente de datos oficial, salvo para algunos temas la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y, finalmente, quienes queman los datos son sus propias empresas. Los datos más fiables de la situación global a nivel de concentración de plataformas e Internet son los que hablan las empresas son los que tienen una dimensión global.

No son los heraldos los que son válidos sino que son mucho más difíciles de ajustar para funcionar adecuadamente en el entorno de Internet.

Igualmente insistiendo en que más que la herramienta, quien rompe es el molde. Una cosa que tiene que ver con los mercados nacionales es que tiene una lógica. El problema es que necesitamos redefinir lo que es el mercado. En estos escenarios, el mercado es el planeta. Esta es una ruptura que está en discusión. No se acepta universalmente que no existen mercados nacionales en Internet. Si es empíricamente, la dinámica empresarial es global. En suma, estas "súper plataformas" consideran alguna dimensión de lo local, pero el concepto de negocio es global.

1 Proyecto de Concentración Global de Medios e Internet (GMIP), dirigido por el investigador canadiense Dwayne Winseck.

La academia reacciona más lentamente porque da a entender que hay una montaña de connotaciones de todo tipo, identidades, filosofías, que "captura las tierras".

Creo que aquí está la principal dificultad en relación a cómo concentrar: en asumir que estas empresas tienen que ser globales y tratar a una territorialidad es imposible. Sin embargo, aquí está el principal problema, no solo en el medicamento específico de la concentración sino en la definición del mercado. Hay muchas discusiones que se pueden considerar un mercado global y una regulación más general, me gustaría decir que tenemos una regulación global, pero es más abarcativa, más consensuada, más homogénea.

Si existe un mercado global y algunos tipos de regulación homogénea, deberíamos considerar una amplia gama de remedios apropiados para ayudar con esta nueva situación.

Ahora estamos trabajando en un proyecto de concentración de internet y medios a nivel mundial[1]. Sin embargo, los estudios ahora son nacionales. Todavía no se asume que la metodología es global sin el resumen de mercados nacionales. Entonces entiendo que el problema no está en los herrams que están dentro de la definición del mercado.

¿Tiene alguna posibilidad de aumentar la concentración de los gigantes globales de Internet de los estados nacionales, en particular, de América Latina?

Pensamos que el mecanismo tradicional para la regulación de la concentración fue la regulación de la ante, en los mercados, la violación de límites específicos para el desarrollo. Una alternativa es la promoción de la diversidad, favoreciendo su existencia a través de incentivos económicos, por ejemplo, está claro en la industria del cine. Otro mecanismo es la promoción de la defensa de la competencia. Si pensamos, el aumento de la concentración de Internet ha llevado a la anulación de las autoridades de competencia. Hasta ahora, los defensores han demostrado que pueden hacer eso para mantenerse al día. De los 80 en adelante, el criterio de las autoridades de defensa de la competencia estuvo relacionado con el problema de los precios centralmente, pero en estos mercados en general, los usuarios no tienen que pagar, no hay precio. Esto implica una redefinición del concepto de competencia y su concepción de que el mayor beneficio del consumidor está en la competitividad del precio. Las empresas de Internet han sido aclamadas como tales, indicando que no cumplen con los criterios de elegibilidad.

Se dice que para los países de la región, las regulaciones ex ante a nivel nacional en este escenario tienen eficiencias muy pequeñas durante el período sancionador para las empresas nacionales. Este es el paraíso, los campeones nacionales a escala mundial son sus pequeñas piezas.

No es raro que se utilicen regulaciones para beneficiar a grandes grupos que no sirven para limitar a los gigantes de Internet. La regulación anterior no afectó a Amazon, Google, Facebook/Meta.

Por otro lado, la defensa de la competencia y la seguridad es un caso ilustrativo porque estos temas se discuten, en la mayoría de los casos, en los Estados Unidos.

En ese sentido, si se propusiera, crear que, en términos ideales, los estados nacionales podrían promover algún tipo de gestión de la diversidad a nivel regional para limitar la concentración de los gigantes de Internet. Esto implica un nivel de coordinación de los estados nacionales, tanto latinoamericanos como iberoamericanos -aunque es más difícil porque la UE funciona como una "fuga corta" para este tipo de desarrollo con España y Portugal- por ser una herramienta. Tendría tiene altos niveles de acuerdo de integración regional, como los de la UE, porque no existe en nuestra región.

No he sentido nada de la moneda nacional. El carácter global y las inversiones que implícitamente desarrollan las plataformas sólo tienen que hacer alguna lógica (regulación) desde un esfuerzo conjunto. Una serie de importantes recuerdos para resaltar la presencia de expresiones culturales latinoamericanas tras la zona de marginación que traerá la jornada. La caracterización de los algoritmos está definida por los intereses comerciales de las grandes empresas que pertenecen a la región. No hay una gran plataforma para la región.

Si tenemos que recomendar una política de desarrollo y restricción de la concentración en la región latinoamericana, se pensará más en la promoción de la diversidad, la cultura latinoamericana, cómo abordaremos los sistemas digitales que apoyan el sistema de audiencias para promover y desarrollar la industrias culturales americanas. Por último, pero no menos importante, Google y Facebook tienen más información sobre los consumidores latinoamericanos que cualquier Ministerio de Cultura latinoamericano.

La única manera de generar algún tipo de saldo mínimo es direccionar los recursos con los que cuenta la entidad digital. Pero hay niveles de acuerdo e inversión y, sobre todo, una visión estratégica y que en un mundo global no hay resistencias nacionales.

Creo que la idea detrás de la UE, con mis críticos pudiendo hacerlo, implica la dinámica de un mundo global que tiene un denominador común para poder insertarse más en este escenario. Si el riesgo es no insertar, sólo insertar en las condiciones que las grandes plataformas determinen para las localidades periféricas.

Una de las cosas que menciona es el modelo de gestión de la diversidad. ¿Puede Podrías proporcionar un poco más sobre algunos círculos que deben ser los elementos de este modelo? ¿Qué aspectos se remontan a la tradición reguladora de las industrias culturales y los días de ser vigilantes?

Me refiero al modelo de gestión de la diversidad y de incentivos y promoción. Al mismo tiempo, hay un gran desfase en esto, aunque se trabaja con fechas que tienen el riesgo de que no se aproveche para promover su diversidad para controlarla.

En la tradición de los estados latinoamericanos donde hay una historia relativamente reciente de autoritarismo y donde no hay historia de separación de los bienes del Estado de los Gobiernos, aunque se proponga tener mucho más que otra cosa. Por lo demás, dado que, junto con los incentivos fiscales, que administran esta potencial solución, se le dota de un respeto autónomo al poder público porque tiene una altura muy alta en términos de fecha, privacidad.

Cuando se trata de medios concretos, como se sugirió antes, creo que tiene las probabilidades y potencialidades del sistema digital.

Podríamos pensar dónde radican los déficits de producción y circulación de bienes culturales en el entorno analógico. Esto es lo que han hecho las empresas, aprobando las nuevas tecnologías ha solucionado los problemas del mundo analógico.

Uno de los grandes problemas para América Latina no ha sido únicamente en la producción que, de ninguna manera, tiene un sentido solvente en la distribución y circulación, dando el control absoluto del sistema de Hollywood y además en la industria musical es muy difícil distribución alternativa.

El sistema digital facilita la creación de plataformas alternativas de distribución. Por tal motivo es necesario contar con la escalada necesaria.

Creo que el desafío del espacio mediano y grande se puede relacionar con el trabajo del investigador norteamericano Eli Noam que puede plantar muy bien en tres brechas. Si no es posible cerrar la brecha, como lo es el uso de los recursos tecnológicos, la brecha del primero (que tiene conexión y su apropiación) se allana el camino para ampliar enormemente la brecha y formarla. Lo que se dice aquí es que sólo los mediocres están obligados a limitar la concentración, en muchos casos estamos a favor de una futura concentración.

Por esta razón, el esquema y las creaciones se están rediseñando para el escenario digital o utilizando los demás. Latinoamérica brinda un lugar para quedarse solo dependiendo de las plataformas y aquí está el punto estratégico de Latinoamérica para pensar soluciones.

Frente a las dificultades que plantean los anuncios sobre acuerdos regionales ¿Qué serie desde su punto de vista la institucionalidad o los actores que a nivel nacional y/o regional podrían ayudar a abordar todos los retos que se les presentan?

Si pensamos en cómo ha evolucionado en los últimos años, se ha convertido en el hogar de la sociedad civil. Muchas veces ha iniciado sesión para poner en agenda temas que le gustan, incluidas las plataformas relacionadas con la toma de algunas de sus decisiones.

Entiendo que la clase política es absorbida por el corto espacio y en el corto espacio no se recupera nada. Para mí el problema es que los políticos quieren resolver a corto plazo iniciativas medianas, normativas, así como a nivel global en términos de ser rentables y no en términos de modelo económico. Para esta planta la necesidad del pensamiento como respuesta más estratégica, salir de la coyuntura.

Hoy creo que la sociedad civil, con las dificultades para su definición, está demostrando que hay más en la coyuntura porque los temas de preocupación: privacidad, propiedad intelectual, moderación de contenidos, entre otros. Así se logra instalar en la agenda pública temática la problemática más general de Internet, debido al contexto de la cohorte intermedia de los países.

Uno de los problemas de la regulación es que los mercados normativos se establecerán por 50 años. Ahora, el mercado exige constantemente nuevas reglas que no venderemos. El cambio constante de los mercados de las industrias culturales exige la revisión permanente de los mercados mínimos de trabajo. Los estados tienen grandes dificultades para reaccionar ya estas alturas sabemos que finalmente el gran regulador es el mercado. El mercado de hecho que desprecia el consenso estatal y, en la mayoría de los casos, ha alcanzado alguna disposición normativa.

¿Cuáles son las restricciones y limitaciones de los modelos de regulación, corregulación y regulación estatal?

La autorregulación me da una excelente estrategia discursiva por parte de las empresas. Cualquier institutopuedeautorregular, nadie te impide que te generes condiciones de funcionamiento. El problema es cuando el interés privado entra en conflicto con el interés social y ninguna autorregulación ha demostrado ser efectiva.

En un contexto en el que predominan las ideas liberales, de libre mercado, cabe señalar que el Estado moderno define a los defensores del libre mercado. Karl Polanyi demostró la conformidad del libre mercado británico con la intervención del Estado.

La autorización es un mito. Incluir a las empresas autorreguladas como su Google, Facebook, que tiene sus propios estándares, hará que aceptemos la regulación de la propiedad intelectual. Sin embargo, su autorización es relativa, lo es hasta el punto de que la finca y la regulación estatal también aceptan lo que la finca. Nunca cuestionen la lógica restrictiva de la *Ley de derechos de autor del milenio digital* (DMCA) de los Estados Unidos, que es un atentado a la libre circulación de la cultura.

Por su parte, el modelo regulatorio estatal es deficiente. Si bien la posición de los Estados se encuentra debilitada en el ente global, no cuenta con un nuevo organismo con competencias similares a los Estados Nacionales. Hay un problema serio, hay un mercado global para un regulador global. Solo que no surgirá ninguna figura que tenga una fuerte resistencia al surgimiento de cualquier tipo de regulación global con la legitimidad necesaria.

En última instancia, la corregulación puede ser una transición sin problemas. El problema que surge con la corregulación es que implica conciliar un estatus similar a instituciones divergentes, representante del interés comercial privado, en caso contrario, del interés social. Parece que la corregulación es un cuidado transitorio, paliativo.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

La plataforma de negociación Las plataformas, su concentración y las decisiones que se adoptan agravantes que están afectando la democracia

Entrevista a Edison Lanza

Por Ana Bizberge

Contacto:anabizberge@gmail.com

Edison Lanza es un experto en libertades fundamentales y derechos digitales. Pareció Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2014-2020) Actualmente Director General de la SecretaríaIa Comunicaciones, Relaciones Internacionales e Institucionales del Gobierno de Canelones, Uruguay. Además es profesor universitario en laaperiodismo rea de la Facultad de Informacion y Comunicacion (FIC) de la Universidad del Rep.ustedblica (Udelar) y cursos dictados en el campus de derecho y comunicacin de la Universidad Americana, UNAM (Mesxico), Universidad de los Andes (Colombia), Stanford (EE.UU) y Carlos III (España), entre otras.

Ana Bizberge: ¿El riesgo de que generar concentración de medios para la democracia sea un tema cada vez más importante de la crisis de derechos humanos, como el problema de la concentración en el espacio de Internet?

Edison Lanza: Se cree que es ampliamente aceptado por el derecho internacional y por los expertos que han aumentado la concentración, cantidad media de recursos, diversidad y pluralidad de recursos informativos.

Una de las condiciones previas para la democracia es que los ciudadanos puedan tener una variedad de recursos a su favor.

Cuando existe un alto grado de concentración, los medios tradicionales tienen la capacidad de decidir la agenda, establecer la propia, bloquear el acceso de sectores o corrientes de expresión de distinto tipo.

Internet aparece como un espacio que se quiebra es un paradigma de los medios tradicionales que implica tener un centro de difusión, hay una imprenta, un canal de televisión, una radio, suma y requiere una frecuencia administrada por los Estados y el poder económico que, muchos tiempos, juegan un papel importante en la propiedad de los medios.

Sin embargo, Internet es un paradigma distinto, una red abierta y descentralizada que permite que cualquiera se una a la red y genera una explosión de iniciativas.

Internet además de la diversidad, el pluralismo, la posibilidad de que la tecnología, con recursos limitados, se encuentre en medios, blogs, iniciativas digitales. Obviamente hay problemas de acceso, la falla de acceso universal, pero podemos decidir que el diseño
Internet está abierto y está permitido.

El problema de la concentración de Internet existe con el modelo de las plataformas. Hay alrededor de cinco a diez que tienen un grado de concentración en cuanto a la cantidad de usuarios que son comunes, que solo unos pocos niveles planetarios están presentes. Es una esfera pública mediática para el sector privado.

Hasta hace 10 años teníamos una discusión sobre el papel de las plataformas porque estas se basan en el principio de no intervención en el contenido, decian que no eran editores. Las plataformas facilitan herramientas para que la mayoría de las personas con capacidades y competencias digitales puedan participar en esta discusión pública, para recibir información sobre cómo compartir o buscar información.

Al principio es real, una plataforma para visualizar que muchos actores y sectores que en los medios tradicionales no tienen voz, es un tenor en estas plataformas. Sin embargo, su volumen, resumido en las reglas que ponen en juego estos actores (algoritmos, mecanismos de selección), y que su modelo de negocio se basa en la extracción de datos personales, están generando distintos problemas que se mapean en los últimos años como así como la desinformación, la viralización de jornadas conflictivas por la democracia y por la discusión pública, entre otras.

Algunas plataformas han admitido que el algoritmo, la inteligencia artificial que se utiliza, por sí solo tiende a reproducir más el contenido de los datos que la informática. El modelo de negociación basado en la extracción de datos privados y personales, que se basa en*Adsense*, es muy eficiente para generar correo directo o identificar el perfil de quien busca determinado producto o información.

Estos mecanismos de focalización y desinformación se han utilizado en el campus de campañas políticas, la transferencia de datos de los usuarios a actores políticos o maliciosos, que ha utilizado el modelo económico de las plataformas para dirigir mensajes políticos en una declaración enviada información que perjuró a un candidato . Además, no todos tienen el mismo megáfono y lo que más impacto genera es la exageración, la polarización.

Son temas actuales que suelen ser que las plataformas están muy concentradas, pero hay que reconocer que este tipo de economía digital no requiere escala, requiere un alto grado de participación en un esquema de redundancia.

Todos estos elementos conjugados crearán un problema para la democracia. No todos los fenómenos son los culpables de las plataformas según el modelo de la negociación, la concentración y las decisiones que adoptan agravando los problemas que están afectando a la democracia.

Recientemente publicado un trabajo que analiza la*Junta de Supervisión*de Facebook y sus implicaciones para la región ¿Existen restricciones y limitaciones de los mecanismos de autorización de plataformas para la moderación de contenidos y su relación con la concentración?

En primer lugar, el trabajo reconoce que la regulación es una forma válida de resolver algunos de los problemas de moderación de contenidos. es un modelo*sui generis*. No existe tal cosa.

Ahora tenemos declaraciones y mecanismos internos de las plataformas para definir litigios o afectaciones a las personas que las utilizan, es decir, mecanismos internos de apelación que no cumplen con el derecho internacional.

Este mecanismo de Supervisión de la Junta de Facebook tiene algunas características interesantes: se crea con un fondo fiduciario que se hará cargo de la empresa; crear un consejo independiente; elabora un mapa básico con principios de actuación y mecanismos para la resolución de conflictos.

La selección de mujeres que componen el consejo fue considerada buena por la comunidad internacional.

Los primeros casos resultan de la*Junta de Supervisión*aplica el derecho internacional de los derechos humanos, están bien seleccionados. Es interesante de ver.

Evidentemente hay limitaciones, en primer lugar, sus miles de millones de casos que recurren y este mecanismo por sí solo puede resolver un centenario en este primer cabildo, hace años. Es selectiva, trata de generar stands y hacer recomendaciones a las empresas y la información a la empresa sobre la cual esperamos un poco más de moderación de contenidos. Pero me gustaría ver el grado de aprobación de las decisiones por parte de Facebook/Meta. La empresa no tiene claro si considerará las decisiones que tomen sus agentes o si analizará su acuerdo con sus intereses económicos, entre otros.

En segundo lugar, más allá de las limitaciones del mecanismo, todos pueden acceder a un recurso. Quienes no tengan cuenta en Facebook y puedan verse afectados no podrán acceder a ella.

El tercero que tiene derecho a serlo, si le basta con este mecanismo privado o la tendencia a tener una regulación específica o una jurisdicción específica en los terrenos sobre los cuales las plataformas están obligadas a rendir cuentas, para que no conforme a la reglamento, se decide por la denuncia ante la plataforma de propiedad, las personas pueden tener acceso a la justicia para decidir sobre su caso. Esto no es una cuestión de*Junta de Supervisión*sino a la limitación del mecanismo.

Actualmente existe información pública sobre sitios resultantes de la*Junta de Supervisión*. ¿Tiene algún conocimiento de algún tipo de apoyo de Facebook en cuanto a sus recomendaciones? ¿Cuál es su evaluación del respeto?

El *Junta de Supervisión* publicó una declaración de comentarios, comentó una política interesante, de los cuales se leyeron y resolvieron casos, que informó la aplicación de Facebook, que se envió y que no.

Como ocurre con cualquier mecanismo internacional, la legitimidad se puede evaluar en otro lugar, no es posible emitir un juicio final en este momento. También van cuenta con un comité de seguimiento de recomendaciones. Hicieron recomendaciones sobre algoritmos, sobre casos de hacking, sobre Trump.

Me gustaría evaluar cómo se siente la empresa al respecto, si genera impactos o no en el modelo de moderación de contenidos. Algunas cosas que dijo sobre el caso Trump, que le dieron un lugar aparte del *Junta de Supervisión* para reactivar la cuenta, pero esto está bajo consideración. Definitivamente un segundo consejo por nombrar algunos.

Considere que este mecanismo-*Junta de Supervisión* de Facebooks suficiente en relación al estado de derecho que menciabas anteriormente?

No basta, siempre los ciudadanos en cualquier conflicto donde haya juegos de derechos fundamentales que tengan acceso a la justicia. Un acceso oportunista, expedito y sin trabajo, en su propia jurisdicción. Es complementario, no contradictorio con el *Junta de Supervisión*.

Algunos países de la región han avanzado con iniciativas de regulación estatal en distintos aspectos de Internet, ¿cuál es su evaluación general de las propuestas y normas y sanciones?

Salvo modelos como el Internet Civil Brasileño de Brasil que tiene una década, se establecerán principios como neutralidad roja, responsabilidad limitada de los intermediarios, etc, no encontraremos ejemplos que abarquen los temas actuales de los que estamos hablando.

No tengo una visión común en la región, la región está fragmentada. Es difícil ver la forma en que puedes pactar estas políticas más sofisticadas que tienes con un Mapa de Internet.

En general, la norma ha sido utilizada por algunos Estados como mecanismo de censura. Regálate la desinformación, las *noticias falsas* acoger a los medios y activistas o generar figuras ambiguas para criminalizar al disidente, a la oposición. Son muchos paisajes como Venezuela, pero hay uno que abusa de estas figuras. También hubo intentos en Bolivia, en Honduras, en Brasil. Esté alerta para ver si la regulación no funciona para usted.

El ejemplo europeo es interesante porque trata aspectos que tienen que ver con la privacidad y con el pago de derechos a los medios de

nicación. Es un tema que no entendemos porque la concentración también afecta porque los discursos usan la propiedad intelectual de los medios y no están recibiendo nada de ellos es un problema. Es interesante ver la experiencia europea del derecho de paso y los acuerdos que las plataformas de plataformas están cerrando para apoyar el apoyo de los medios tradicionales. Tenemos todos los aspectos del manejo de datos personales y sensibles por parte de las plataformas que trabajan para los aspectos publicitarios, pero para el debate político tiene desafíos.

En Estados Unidos se han dado discusiones sin ningún respeto por ellas, y en América Latina, en general, no hay proyectos o pequeñas discusiones al final del día.

¿Sabes que son necesarios una serie de acuerdos regionales, más que a nivel nacional, en relación con la regulación de Internet?

Este es un fenómeno global, transfronterizo, que crea una situación que trasciende lo nacional. Aunque Europa y sus instituciones tienen grandes avances colectivos, la UE puede hacerlo. Pero América Latina no lo ha podido hacer.

En el pasado, cuando tenía otro clima de respeto a la democracia, modeló el modelo internacional, el modelo internacional de acceso a la información pública, sobre datos personales, lo que ayudaría a estandarizar cualquier tema que pudiera surgir en cualquier discusión. Podría ser esto, Internet, uno de estos casos.

¿Hay algún tipo de institucionalidad posible que pueda ser pulverizada antes de este proceso?

Los organismos de la región que trabajó sobre estos modelos fueron la Organización de los Estados Americanos (OEA) y, con algunos temas, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Dado que no tiene un tratado de unión como lo tiene Europa, estas son las instituciones que pueden ser conocidas por tener otras instituciones como Siria y prosperidad.

Se necesita voluntad política para poder convertirse en un proceso modelo.

Actualmente, la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (RELE-CIDH) se encuentra en un proceso de diálogo para profundizar en Internet, en cuanto a aspectos del trabajo de la RELE- y de las declaraciones conjuntas , ¿consideras que puedes servir en suma para esta nueva etapa?

La Relatoría es la oficina que más trabajo acumula en estos temas. También tengo información muy interesante y útil sobre la región, de 2013 a 2016. También tengo una Guía de desinformación en contextos electorales de la que me gusta hablar.

Además, en conjunto con el ex Relator de Naciones Unidas, David Kaye, y otros Relatores, trabajamos en Declaraciones Conjuntas. Los artículos más recientes en Internet: La Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y “Fake News” (“Fake News”), Desinformación y Propaganda (2017); Declaración Conjunta sobre la independencia y diversidad de los medios de la era digital (2018); Declaración Conjunta de la Vigilia Aniversario: Desafíos para la Libertad de Expresión en la Próxima Década (2019); Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Elecciones en la Era Digital (2020).

También hemos trabajado en cartas a los Estados. Por eso tiene una participación importante y, además, están los aportes que hace la Relatoría a la sociedad civil.

Tener información de países que cubren temas de internet. Grabar la visita a México que hicimos con el relevo de la ONU, tiene un capítulo sobre vigilancia digital y software malicioso. En Chile tendremos una visita y nos referiremos a la neutralidad del rojo.

Si bien sabemos que estamos ante un proceso de diálogo colectivo, ¿cuáles son los aspectos que, desde su perspectiva, deberían abordarse en un futuro documento?

El actual Relator, Pedro Vaca, marca uno de estos para consulta: acceso a Internet, alfabetización digital y privacidad.

Esos ejes tienen que ver con los principum humane humorque que también rigen en Internet: el acceso universale, la no discriminación, el derecho a la privacidad, guarantes para la libertad de expressie, obviamente, la moderación de contenidos-que afectan a la libertad de expresión y son los más novedosos-, la vigilancia y los discursos que afectan los derechos (audio discursivos, discriminatorios o de incitación a la violencia por motivos discriminatorios).

¿Cuál es el alcance del esquema de Internet?, ¿cuáles son los aspectos que deben ser abordados en una regulación estatal?

Tengo algo de consenso. Sin dudarlo, los temas de neutralidad roja, no interferencia en los contenidos, limitación de responsabilidad de los intermediarios, en esto hay consenso. Sobre el tema de la privacidad de credo que esta altura también tiene consenso.

Luego, el tema de moderación de contenidos yo creo que tiene que ser diálogo con los sistemas, con Estados Unidos, con Europa, con Naciones

Unidos, con la sociedad civil, con las plataformas, que dice que estarían disputas y que haya algún tipo de regulación.

Derecho de los usuarios y transparencia sus aspectos que, sin duda, pueden ser considerados para una regulación estatal.

Pero hay un área gris donde no hay consenso. Es una discusión que está abierta. Un experto individual puede ofrecer una solución.

Estamos en el mercado de una revolución digital, con nuevos actores siendo muy poderosos y poderosos, y la solución tiene que venir de estos actores interesantes que puedan generar una doctrina sobre todo lo que construyen, que tendrá resultados.

Tengo que trabajar duro para confundir algo que requiere presión internacional, actores interesados, voluntad política.

Aparte es un momento complicado de la democracia. Los espacios de donde deberia salir tienen solución, que sus parlamentos, uno y que esten en desorden en presidentes presidenciales, en el uso de herramentas para perpetuarse en el poder, en populismos digitales. Los entones son complicados de ver, de cuyo espacio podría salir la solución.

Se deberia pensar que los centros de poder volcados mas volvian ser los que tuvieran las iniciativas y latinoamerica no parecen estar co-
Quiero traer más soluciones a lo que quiere la sociedad civil.



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Unión Europea vs. Google:
Políticas de competencia en nuestros mercados digitales

La Unión Europea vs. Google:
Políticas de Competencia en Mercados Digitales

La Unión Europea vs. Google: políticas de competencia en los mercados digitales

Serguei Komissarov

Docente e investigador del Instituto de Estudios de Comunicación en Medios, Cultura y Poder “Aníbal Ford” (INESCO). Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

Contacto:skomissarov@protonmail.com

Recibido el: 30.04.2021 - Aprobado el: 09.08.2021

Resumen

Este artículo analiza el comportamiento anticompetitivo de Google, entre 2008 y 2018, en el mercado digital europeo. Google privilegia el posicionamiento y presentación de su propio servicio de comparación de precios, incluidos los resultados de los motores de búsqueda, con el fin de reducir y reducir la congestión del tráfico en comparación con el servicio de la competencia. Además, Google impone restricciones restringidas a fabricantes y operadores celulares para promover el uso del mecanismo de búsqueda en el sistema operativo Android, a través de la distribución de aplicaciones. Ambos comportamientos tienden a proteger y consolidar la posición dominante de Google en el mercado de servicios de autobús.

Palabras clave: Competencia. Google. mercado digital. Plataformas multilaterales.

Resumen

Este artículo analiza el comportamiento anticompetitivo de Google, entre 2008 y 2018, en el mercado digital europeo. Google favorece el posicionamiento y visualización de su servicio comparativo propio, dentro de los resultados de los buscadores, con el fin de desviar y reducir el tráfico directo a los servicios de competencia comparativa. Además, Google impone restricciones contractuales a los dispositivos móviles y a los fabricantes de dispositivos para promover el uso del sistema operativo Android por parte del usuario a través de la distribución de aplicaciones. Estoy conduciendo, tratando de proteger y consolidar, la posición dominante de Google en el mercado de servicios de búsqueda.

Palabras clave: Competencia. Google. mercado digital. Plataformas multilaterales.

Resumen

Este artículo analiza la conducta anticompetitiva de Google, en el mercado digital europeo, entre 2008 y 2018. Google privilegió el posicionamiento y visualización de su propio servicio de comparación de precios, en los resultados de su motor de búsqueda, para desviar y reducir el tráfico del servicio de comparación de precios del rival. Además, Google impuso restricciones contractuales a los fabricantes de dispositivos y operadores de redes móviles, para promover la adopción del motor de búsqueda en el sistema operativo Android a través de la distribución atada de aplicaciones móviles. Ambas conductas intentaron proteger y consolidar la posición dominante de Google en el mercado de servicios de búsqueda.

Palabras clave: Competencia. Google. mercado digital. Plataformas multilaterales.

1. Introducción

En 2017, la Comisión Europea demandó a Google por abusar de su posición dominante, en el mercado de los buscadores, para ofrecer una venta ilegal a su servicio de compra comparativa *Compras de Google*. En 2018, la Comisión sancionó totalmente a Google por imponer restricciones ilegales a los fabricantes de dispositivos Android y operadores móviles para consolidar su poder en el mercado de servicios de búsqueda.

Este artículo analiza ambos casos. En primer lugar, se explica el enfoque teórico-metodológico del estudio. Google examina las prácticas anticompetitivas de Google, junto con sus efectos sobre la competencia en el mercado digital europeo. En última instancia, los medios de comunicación son considerados por la Comisión y sus consecuencias para la industria en el futuro.

2. Metodología

La perspectiva teórica de este trabajo está marcada por la economía política de la comunicación y la cultura. Su objeto es el estudio de las relaciones sociales, en particular las de poder, que constituyen la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos en el contexto de la economía capitalista (MOSCO, 2009).

Para definir conceptualmente las plataformas digitales y su funcionamiento económico, como mercados multilaterales, nos basamos en los trabajos de Rochet y Tirole (2003, 2006); Tirol (2017); y Evans (2011). Los efectos, las externalidades del rojo, en este tipo de mercado se analizan en los términos de Katz y Shapiro (1985).

La conducta ilegal de Google en el mercado se repite por los casos de la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea (DG COM-PETITION, 2017, 2018). Se analizan sus efectos anticompetitivos utilizando los modelos económicos empleados por el equipo de economistas de la DGC, basados en la teoría de la exclusión de mercado, provocada por la distribución de productos (KOTZEVA *y otros*., 2019). Particularmente, en los modelos de Choi y Stefanadis (2001); Choi y Jeon (2016, 2020); Etro y Caffarra (2017); y De Cornière y Taylor (2018).

Finalmente, el análisis jurídico de ambos casos se recupera de los trabajos de Edelman y Geradin (2016) y Rozga (2020).

3 plataformas multilaterales

Los servicios de buses en línea son sus plataformas digitales: infraestructuras físico-lógicas de procesamiento y comunicación (DAN-TAS, 2018) que permiten —con dos o más grupos de usuarios— interactuar directamente entre sí. Simultáneamente, estas plataformas se constituyen

1 Se mantiene por economía de escala las ventas que, en términos de costos, una empresa obtiene graciosamente en el incremento de su tamaño.

2 La elasticidad de la demanda refleja que la cantidad de usuarios (en términos porcentuales) incrementará la plataforma en caso de elevar el costo de su uso en un 1%. Este concepto es clave para la fisión de los precios. Una alta elasticidad de la demanda aumenta el precio del baño, mientras que un baño de elasticidad, diezma al incremento. Esto explica el motivo por el cual la competencia perfecta, en teoría, generalmente reduce los precios: un aumento aumentará la pérdida de clientes, que prefieren los servicios de la competencia antes que consumir.

como mercados multilaterales (ROCHET; TIROLE, 2003), generando economías de escala[1] y externalidades del rojo (KATZ; SHAPIRO, 1985).

Las plataformas multilaterales (EVANS, 2011) actúan como intermediarias, minimizando los costos de transacción y facilitando los encuentros entre las partes. Los motores de búsqueda se posicionan como intermediarios entre los usuarios y los anunciantes publicitarios. Esperando la atención de los primeros pueds para poder acceder a ellos a la larga. Los servicios de autobuses en línea reducen el costo de los anunciantes al lanzar auditorías segmentadas que permiten transacciones rentables. De esta forma, las plataformas multilaterales desarrollan tres funciones básicas: facilitar el encuentro entre las partes, construir audiencias y demostrar recursos que reduzcan el costo de quemar un servicio a ambos grupos de usuarios.

Las plataformas multilaterales presentan externalidades o efectos indirectos de rojo (ROCHET; TIROLE, 2006). Los efectos indirectos de la roja existen cuando un alcalde solicita el servicio, en un cajón del mercado, aumenta el valor de la plataforma para los usuarios, en el otro. Un motor de búsqueda es más valioso para los anunciantes que publicitan su audiencia de compradores potenciales. Por otro lado, el servicio es más valioso para el usuario para crear la cantidad de anunciantes, lo que aumenta la probabilidad de tener un anuncio relevante.

Simultáneamente, los efectos del rojo existen dentro de una capa diferente del mercado. Un usuario se beneficia de la presencia de otros. El motor aumentará sus resultados por la cantidad de términos buscados para las subconsultas. Al aumentar su base de usuarios y su uso, el servicio es capaz de generar resultados que son más relevantes.

Además de las externalidades, este modelo de negocio depende de la elasticidad de la demanda[2] entre ambas tiendas del mercado (TIROLE, 2017). La presencia de usuarios en la plataforma atraerá a anunciantes y vendedores en busca de clientes potenciales. El vendedor tiene un mayor interés en participar en la interacción con los usuarios y los usuarios con los anunciantes. Cuando uno de los grupos posee una elasticidad a la demanda más exigente —prefiere pagar más por consumir—, la plataforma puede cubrir el costo del servicio al primer grupo, mientras subsidia al segundo. Así, mediando las externalidades, las plataformas crean usuarios atractivos para un servicio sin costo, en una tienda del mercado, que monetizan, en la otra. Si bien los usuarios no pagan un costo monetario por el uso de los servicios de autobús, los anunciantes anuncian e incurren en un invitado para poder acceder al mismo.

Este modelo de precios, con crudos subsidios, permite el incremento de ganancias, incluso, si una cuota de mercado paga una prima a una reducción marginal de costos que sólo extiende el servicio a un nuevo usuario. Los mercados multilaterales rompen la relación entre los precios y el incremento de costos de las negociaciones tradicionales. Si la competencia reduce el precio

3 La Comisión, junto con las autoridades nacionales, aplicará directamente el estándar europeo de competencia contemplado en los artículos 101 a 109 del TFUE. Los artículos 101 y 102 son respectivamente idénticos a los artículos 53 y 54 de la AEEE. Asimismo, el Reglamento (CE) nº 1/2003 “será de aplicación para la aplicación y uniformidad” de las normas establecidas en ambos artículos. El artículo 101 prohíbe “todos los acuerdos entre sociedades, las decisiones de asociaciones asociativas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia interior”. El artículo 102, prohíbe la explotación abusiva de cualquiera de las sociedades,

2 de octubre de 2015 Google completó su reorganización corporativa. Desde entonces, ha sido una subsidiaria de Alphabet. Alphabet tiene una estructura accionarial tripartita. Acciones ordinarias Clase A concede 1 voto por acción. Acciones ordinarias Clase B, permiten 10 votos por acción. Las acciones de clase C, por otro lado, no fueron votadas. Larry Page, Sergey Brin y Eric E. Schmidt representaron el 92,8 % de las acciones colectivas

B. Representa el 56,5% de la facultad de elegir directivos o decidir sobre operaciones societarias, tales como adquisiciones y enajenaciones de bienes. 69,96% del capital perdido

hacia el costo marginal, una divergencia entre ambos la existencia de un poder de mercado. En un mercado multilateral, sin embargo, no existe una relación clara entre el precio y el costo de prestación del servicio en un mercado determinado. Las condiciones para incrementar los reclamos dependen de la elasticidad de la demanda y del costo marginal de los muchachos, resumidos en las externalidades del rojo. La maximización de las ganancias se puede registrar compensando un aumento de costos en el nivel A, aumentando los precios en el nivel B, sin incrementar al mismo tiempo los precios del nivel A. Para ello, la eficiencia económica del precio igual al costo marginal de producción, como parámetro de competencia perfecta, es imposible en este tipo de mercado.

Analizar ambos mercados del mercado, de forma separada, puede distorsionar la comprensión del modelo de negociación. La carga subvencionada puede parecer más competitiva, si sus costes no superan el coste marginal. De la misma forma, la señora que le da márgenes superiores, puede parecer menos competitiva porque los precios son mucho más altos al costo marginal del servicio. Para comprender el poder de mercado de las plataformas multilaterales es necesario, en particular, considerar la relación mutua entre ambas partes.

4 El caso *Compras de Google*

El 27 de junio de 2017, la Dirección General de Competencias de la Comisión Europea impuso una multa de 2,42 millones de euros a Google por violar la legislación antimonopolio de la UE. La sentencia condena el abuso de su posición dominante, en el mercado de los buscadores, para ofrecer una venta ilegal a su propio servicio comparativo, denominado *Compras de Google*(COMISIÓN EUROPEA, 2017). La Comisión estableció el tratamiento preferente de Google, en el posicionamiento y visualización de *Compras de Google*, dentro de los resultados generales del buscador, implica una conducta anticompetitiva contraria al artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE (TFUE)[3] y el artículo 54 del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (AEEE) (DG COMPETENCIA, 2017).

El modelo de negocio de Google[4] se basa en la interacción entre los productos y servicios gratuitos —ofrecidos online a sus usuarios—, y los servicios de pago —ofrecidos a los anunciantes—, con el fin de prevenir campañas publicitarias y monetizar la atención de los usuarios. Durante 2019, el 85% de los ingresos totales por ventas de Google provinieron de las ventas de publicidad. (ESTADOS UNIDOS, 2019).

El servicio insignia de Google es su motor de búsqueda. Ante la solicitud de información por parte de un usuario, el buscador puede proporcionar tres categorías de resultados. Resultados genéricos (también conocidos como resultados orgánicos), resultados publicados especificados y resultados especializados.

La búsqueda de resultados orgánicos implica tres procesos automatizados[5]. En primer lugar, un programa llamado *Robot de Google* recuperar millones de páginas web e incorporarlas y/o actualizar sus inserciones en un índice según

no existen instituciones financieras, fondos mutuos de inversión y otros inversionistas institucionales. Entre ellos: The Vanguard Group, Inc. (6,54%); roca negra inc. (5,82%); Corporación State Street (3,36%); precio asociados inc. (3,31%); RMF, LLC (2,55%); JP Morgan Chase & Company (1,08%); Invesco ltd. (1,07%).

5 Sobre el funcionamiento del buscador Google (2021).

6 Google AdWords se reconstruyó como Google Ads el 24 de julio de 2018.

catalogar. Cuando el usuario ingresa una solicitud de búsqueda, otro programa de computadora calcula la relevancia entre el término de búsqueda y el contenido del índice. Para organizar los resultados orgánicos Google utiliza un algoritmo específico llamado *Rango de página*. *Rango de página* determinar la importancia de una web base en la cantidad de enlaces, nos dirige a este sitio, desde otras páginas existentes. Este criterio, sumado a otros mecanismos de ajuste, determina el lugar que ocupa una web en el ranking de resultados orgánicos (BRIN; PAGE, 1998). Google no cubre los sitios web para la inclusión de resultados orgánicos, pero no acepta que ninguna página afecte su clasificación.

Los resultados publicados para su publicación, por el contrario, provienen de una subplataforma en tiempo real llamada *AdWords*[6]. *AdWords* permite a los anunciantes asociar su mensaje de publicación con los términos de uso ingresados por los usuarios. Posteriormente, cada publicación se clasifica en un ranking en función de dos factores: el precio máximo que el anunciante tendrá que pagar por cada clic en su anuncio; y la probabilidad estadística de que la publicación reciba un click en ella estará asociada a un término corto de búsqueda. Un puesto más en el ranking de *AdWords* aumentar la visibilidad del mensaje publicitario dentro de los resultados de búsqueda. Cuando un usuario ingresa al archivo de resultados publicado y es dirigido al sitio web del cliente, Google recibe una recompensa por cada clic.

En última instancia, los resultados de la búsqueda dan como resultado categorías especializadas de productos, servicios o información específica. *noticias de Google*, por ejemplo, es un agregador de noticias automatizado que muestra información de los medios de comunicación en línea. *Finanzas de Google* recopilar información corporativa. *Vuelos de Google* buscar y comparar pasajes de aire. Algunos de los servicios de autobuses especializados se basan en la inclusión paga. Los dueños de los sitios web acordaron con Google que dentro de los resultados aparezcan cambiando el pago por clic.

En 2002, Google lanzó su servicio comparativo eE.UU, denominado por Entries, como *rana*. *rana* opera como un sitio web independiente. No cubre la inclusión de productos y la monetización por publicidad. El servicio se amplió en octubre de 2004 al Reino Unido y, en noviembre, a Alemania. En 2007, *rana* fue renombrado como *Búsqueda de productos de Google*, e incorpora novedades: imágenes, precios e insertos en las webs del vendedor. En 2008 operó en Reino Unido y Alemania; en 2010 en Francia; y en 2011, en Italia, Holanda y España.

En 2012 se reconstruyó definitivamente el servicio como *Compras de Google*. No logró ser monetizado para su publicación, incluido el pago en sus resultados. También integrado en el buscador, además de funcionar como un sitio web independiente. En la visualización de los resultados, *Compras de Google* Aparición de resultados orgánicos, con imágenes dinámicas e información adicional sobre el producto (Figura 1).

En febrero de 2013, el servicio se amplió a República Checa, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España y Reino Unido. Noviembre a Austria, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Polonia y Suecia. Finalmente, en 2016, *Compras de Google* llegó a Irlanda.

5 Definición de mercado y posición dominante

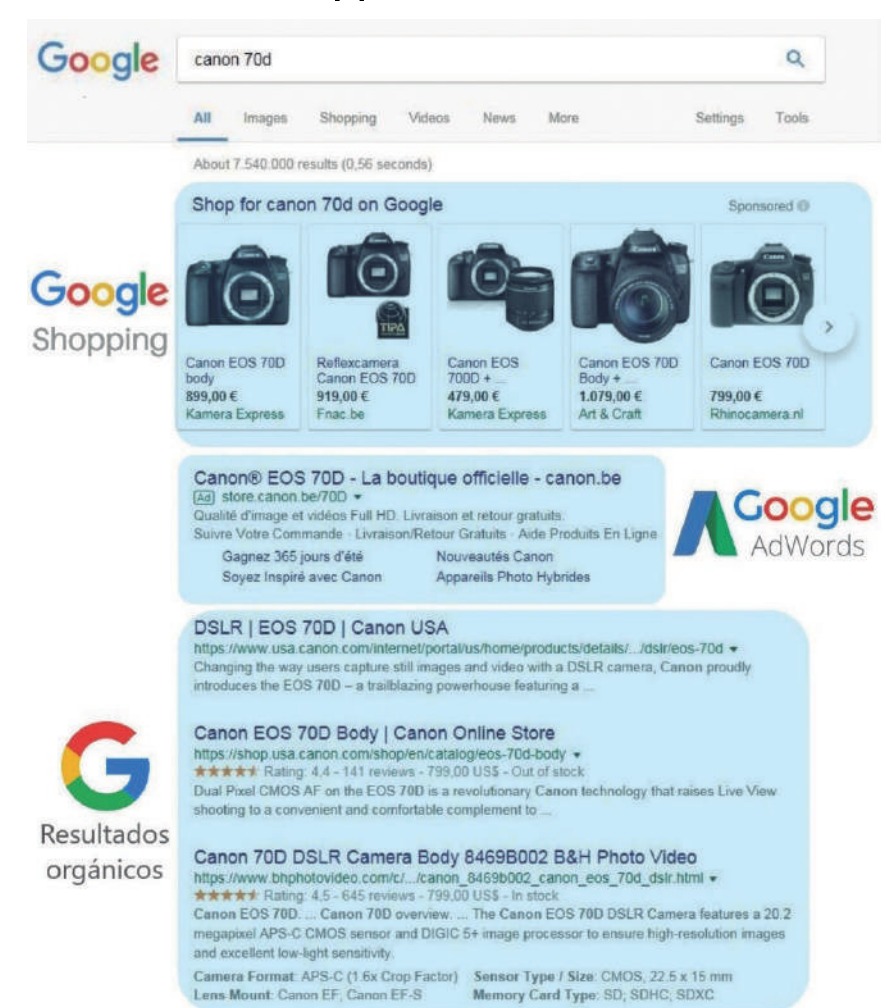


Figura 1-Google Shopping
Ver resultados de búsqueda del motor de búsqueda

Fuente: Elaboración propia.

En el caso contra *Compras de Google*, la Comisión define los mercados de referencia. Para una tienda, el mercado de servicios generales de autobuses. Por el otro, el mercado de servicios comparativos comparativos.

5.1 *Servicios generales de autobuses*

La prestación de servicios generales de autobús constituye una actividad económica, independientemente de la cual no se pague ningún precio monetario por su uso. Utilizar los servicios de Google para aceptar una relación contractual que autoriza la extracción, recopilación, evaluación y análisis de los datos

usuario personal, aceptando su política de privacidad[7]. Como resultado de esta política, Google mantiene y recupera la información relativa utilizada por el buscador para aumentar la relevancia de las búsquedas y la publicidad mostrada.

Además, al igual que vimos, ofrecer el servicio de forma gratuita es una estrategia común de las plataformas multilaterales para construir una audiencia monetizable. El consumidor intercambia su información personal para el uso del servicio. La plataforma recopila y analiza los datos para segmentar su base de usuarios y remitirlos a los anunciantes.

En definitiva, si los buscadores no compiten en precio, si tienen calidad. La relevancia de los resultados, la velocidad de búsqueda, la sencillez de la interfaz, o la profundidad del índice del catálogo, son algunos parámetros de la calidad del servicio.

La definición geográfica del mercado de servicios de autobuses tiene un récord nacional. Esta delimitación se basa en el hecho de que existen barreras idiomáticas. Además, amplía el catálogo de sitios web, al realizar los frentes nacionales, lo que implica un gran costo que, los servicios de buses más importantes, no se pueden permitir.

Google mantiene una posición dominante, desde 2008, en cada mercado nacional para todos los países[8]que se ajusta al Espacio Económico Europeo (EEE)[9](DG COMPETENCIA, 2017).

Las cotizaciones de cuota de mercado por volumen de usuarios (Gráfico 1) muestran que, con la excepción de la República Checa y Eslovenia, la participación de Google en los países del EEE ha aumentado constantemente en un 85 % desde 2008. En la República Checa y Eslovenia, la cuota de mercado de Google ha aumentado un 70 % desde 2011 (DG COMPETICIÓN, 2017).

7 La política de privacidad de Google está disponible en: GOOGLE. Política de privacidad. 2021. Disponible en:https://policies.google.com/privacidad?hl = es . Consultado el 2 abr. 2021

8 La excepción de la República Checa, que ha sido la posición dominante de Google desde 2011.

Los 9 Estados miembros de la UE son: Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia , Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España y Suecia. El EEE extiende el mercado común en Europa a los estados miembros de la Unión: Islandia, Liechtenstein y Noruega. Suiza no es miembro de la UE ni del EEE, pero también forma parte del mercado único. En el momento de la caída, el Reino Unido forma parte de la UE.

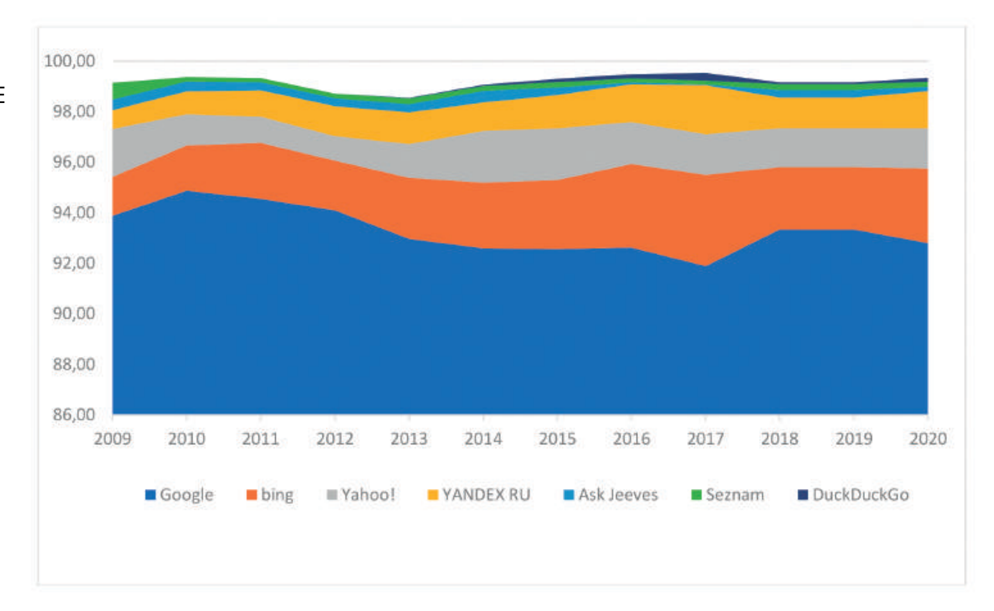


Gráfico 1-Cotizaciones de mercado de los servicios forestales generales en el EEE (2009-2020)

Fuente: Elaboración Propia en base a Statcounter (2021).

10 La tasa de escalamiento reciente ha aumentado como el costo unitario por decreto para expandir las ventas.

5.2 *Barreras*

En los mercados multilaterales, la combinación de externalidades y economías de bajos ingresos crea barreras de entrada. Los andenes presentan retornos de escala escaleras mecánicas[10]. La prestación de sus servicios requiere costos elevados, mientras que las variables, si las hay, son cero. Incorporar un nuevo usuario al servicio no incrementa el costo proporcionalmente, por lo que decidir el costo marginal es prácticamente cierto. Le permite escalar rápidamente y lanzar poder de mercado.

El retorno reciente se invierte en los bajos costos para ofrecer un mejor servicio y atraer nuevos usuarios. En el caso de los servicios de búsqueda, el operador establecido puede expandir su catálogo de sitios web a otros idiomas, reducir el tiempo de actualización del índice, refinar los algoritmos de búsqueda o mejorar la interfaz de usuario. Con una mayor base de consumidores, cubre el costo por usuario, lo que permite tener un servicio más atractivo en precio y calidad. Los competidores, por lo tanto, no pueden ofrecer la calidad del incumbente sin bajar los costos para aumentar su escala y base de consumidores.

El tamaño y la calidad de la base de datos también funcionan como una barrera para evitar la competencia. El buscador alerta y reutiliza la información sobre el mismo usándola para aumentar la relevancia de los resultados. Un mayor volumen de usuarios implica más trabajos a plazo, más fechas de sus interacciones, y una consecuencia más consistente en la calidad del servicio. A medida que la relevancia de los resultados aumenta con la escala, la situación tiene que favorecer al operador establecido en nombre del entrante.

Las externalidades, entre los anunciantes publicitarios y los usuarios del servicio, se constituyen en otro emprendimiento competitivo del consumidor. Una gran audiencia de usuarios aumenta el valor de la plataforma para los anunciantes. Es posible aumentar el precio de la publicidad, reinventar las plataformas en la plataforma para aumentar el servicio y atraer a más usuarios en todas partes.

Esta combinación de factores provoca estructuras de mercado altamente concentradas. El proceso competitivo no supera la competencia. *y* el mercado de la competencia *por* El mercado.

5.3 *Servicios de compra comparativa*

Los servicios de compra comparativa constituyen un mercado relevante diferente de los servicios generales de autobuses. Sus servicios especializados para encontrar productos, y comparar sus precios y características, entre las ofertas de comercio electrónico. Intente también acceder al sitio web del vendedor.

Desde el punto de vista de la demanda, los servicios de compra comparativa no están disponibles para los motores de búsqueda. Los primeros brindan resultados específicos dentro de su área de especialización. La segunda, las búsquedas más completas en la web y los resultados más proporcionados.

11 La conducta anticompetitiva debe tener lugar en 13 países. Desde enero de 2008, en Reino Unido y Alemania; desde octubre de 2010, en Francia; desde mayo de 2010, en Italia, Holanda y España; desde febrero de 2013, en la República Checa; y, desde noviembre del mismo año, en Austria, Bélgica, Dinamarca, Noruega, Polonia y Suecia.

general, sin limitarse a categorías de contenido. El directorio de búsqueda de ambos servicios también consta de diferentes formas. Mientras que el motor de búsqueda se basa en un proceso de indexación automatizado, los servicios comparativos se basan en la información proporcionada por los proveedores del producto. Además, los motores de búsqueda se monetizan con publicidad. Los servicios comparativos, en cambio, se financian con la inclusión del pago en sus resultados, o median una comisión sobre la venta del producto.

Es bien sabido que los resultados encontrados en ambos servicios pueden ser superfluos, funcionan tanto como complementos como sustitutos. Los motores de búsqueda le permiten buscar resultados relevantes en todas las categorías disponibles en ese momento. Los servicios comparativos comparativos, sin embargo, incluyen características específicas que no existen en las cartillas. Deudor a la generalidad de los buscadores muchos usuarios se encuentran con servicios comparativos para trabajar en ellos.

Desde el punto de vista de los comerciantes, el servicio de búsqueda anunciado con fines publicitarios, que ofrece motores de búsqueda, también complementa el servicio comparativo. Solo se puede incluir una pequeña cantidad de productos en la especificación de los servicios comparativos. Por el contrario, cada producto puede ser publicado en los resultados seleccionados.

La definición geográfica del mercado de servicios comparativos tiene un récord nacional. Además de las barreras idiomáticas, los productos que componen el catálogo de autobuses suelen provenir de minoristas que operan a nivel nacional. La venta y venta de estos productos también está sujeta a las especificaciones específicas de cada país.

6 Abuso de posición dominante

De acuerdo con la Comisión, la conducta anticompetitiva de Google consistió en favorecer el posicionamiento y visualización de *Compras de Google* dentro de los resultados orgánicos del buscador. La infracción constituye un abuso de posición dominante en tres mercados nacionales[11] por la desviación y reducción de tráfico, desde los resultados orgánicos del buscador, hasta las páginas de los servicios comparativos de competencia. Simultáneamente, por el contrario, aumentamos el tráfico de los resultados del buscador. *Compras de Google*. Esta práctica distorsiona la competencia, tanto en el mercado de servicios generales de autobuses, como en los servicios comparativos comparativos (DG COMPETITION, 2017).

Google usa su algoritmo *Rango de página* para organizar los resultados orgánicos según la relevancia del término buscado. Los sitios web de los servicios rivales comparativos aparecen dentro de sus resultados. *Rango de página* Plantean una serie de mecanismos de ajuste que determinan la ubicación

12 Directorios para Google Webmasters: GOO-GLE. Directrices para webmasters. Centro de búsqueda de Google.

Disponible en:https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=en . Consultado el 2 abr. 2021

13 Los parámetros de funcionamiento de Panda están disponibles en: GOO-GLE. Más orientación sobre la creación de sitios de alta calidad. Central de Búsqueda de Google, 2011. Disponible en:https: //webmasters.googleblog.com / 2011/05 / más-orientación-sobre-construcción-de-alta-calidad.html . Consultado el 2 de febrero 2021

que ocupará una web en el ranking final de resultados. Google mantiene un conjunto de directorios de calidad para catalogar el contenido web. Los encuestados pueden provocar que “un sitio sea eliminado completamente del índice, o sea afectado por una acción algorítmica contra el spam, y no aparezca en los resultados, ni en ninguno de los sitios asociados de Google”.[12]

Google utiliza algoritmos dedicados para identificar y degradar automáticamente los sitios web que no complementan sus directorios. Entre 2011 y 2013 presentó tres de ellos, llamados Panda, Penguin y Hummingbird. Panda se lanzó el 23 de febrero de 2011 en EE.UU.; se extiende a los sitios web en inglés el 11 de abril; ya todos los paises del EEE, el 12 de agosto del mismo año. Este algoritmo fue diseñado para aumentar la calidad de las páginas incluidas en los resultados de búsqueda.[13]Una de sus funciones es priorizar el contenido web original sobre la copia de otros sitios, para evitar páginas duplicadas.

Esta actualización, sin vergüenza, degrada el ranking de servicios comparativos entre el ranking de resultados. Como los servicios comparativos funcionan como agregadores del sitio web de cada vendedor, Panda considera como contenido original de los últimos sobre los primeros. En consecuencia, los sitios de la comparativa de servicios de pierden visibilidad entre los resultados orgánicos de Google y el tráfico haci sus portales desde el buscador.

La mayoría de los servicios comparativos más importantes de Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y España experimentan un flujo constante en su índice de resultados de Google desde 2011, cuando Panda comenzó a operar en cada uno de los países del EEE (DG COM). -PETICIÓN, 2017, p.80). Según la proporción de la información facilitada por Google a la Comisión, entre noviembre de 2014 y octubre de 2015, el porcentaje de servicios comparativos que figuran por debajo de los resultados orgánicos significativamente reducidos en los 13 países en los que tiene lugar la producción (DG COMPETITION, 2017, p. 90). Entre 2015 y 2017, el ranking ranking de los servicios comparativos dentro de los resultados orgánicos, se incluye la segunda página del buscador e, incluso, más (DG COMPETITION, 2017, p. 97).

Al mismo tiempo, Google ofrece un tratamiento preferencial a su servicio comparativo patentado. Un primer lugar,*Compras de Google*no está sujeta a los mismos mecanismos de ajuste que tienen la mediana competencia *Panda*. En el segundo término, la visualización de*Compras de Google*tiene un stand de privilegio en el buscador, dedicado a los resultados de resultados orgánicos, imágenes atractivas de productos e información dinámica adicional. Los servicios comparativos de competencia, en cambio, sólo pueden visualizarse como un único archivo azul, listado entre los resultados orgánicos.

De esta forma, Google desvía y reduce el tráfico de los resultados del buscador a las páginas de los servicios comparativos de la competencia, mientras aumenta el tráfico de los buscadores hacia *Compras de Google*. Los servicios comparativos rivales dependen del tráfico para competir entre ellos. El volumen de tráfico atrae a los vendedores a publicar sus productos y, por tanto, los genéricos. Estos servicios, a su vez, se pueden rediseñar para mejorar la calidad del servicio. La cantidad de tráfico también perfecciona la relevancia de las búsquedas y aumenta las reseñas de los equipos.

Una parte importante del tráfico total de los servicios comparativos proporcionados por los resultados orgánicos de Google. La mayoría de los usuarios ya inician su búsqueda en el momento de realizar una compra. A pesar de su posición dominante en el mercado de los motores de búsqueda, Google opera como un semillero de servicios comparativos. Controlar el flujo de tráfico a la competencia del mercado un poder en los mercados colindantes.

Los servicios comparativos, en este caso, pueden reemplazar efectivamente el tráfico orgánico de Google con otras fuentes. Sostener el tráfico de resultados orgánicos, por los resultados especificados por la publicidad, por ejemplo, económicamente no viables. Si bien la inclusión en los cebadores es gratuita, es necesario pagar para ser incluido en los segundos. el trafico de *AdWords* sólo puede ser un reemplazo de un aumento en los costos de los servicios comparativos. Las aplicaciones móviles también son una buena fuente para reemplazar el tráfico orgánico. La aplicación implica costo de desarrollo y su descenso depende de una fuerte presencia de la marca en el consumidor, que los servicios comparativos no tienen. Aumentar el tráfico directo, en última instancia, también genera dificultades por la misma razón. Posicionar la marca requiere grandes inversiones de marketing, durante un largo período de tiempo, y no hay garantía de éxito.

7 Efectos anticompetitivos

El tráfico de Google tiene varios efectos anticompetitivos en el mercado de servicios comparativos comparativos. En primer lugar, podría provocar el conjunto de esta actividad competencial. Esta es la herramienta impresionante y mantiene tarifas más altas para los minoristas que utilizan la *Compras de Google*. Estas son las últimas transferencias del costo a los precios finales pagados por el consumidor.

En segundo lugar, las prácticas anticompetitivas reducen los incentivos para la innovación. Por una ganga, los servicios del único competidor podrán invertir en las mejores ofertas con la certeza de atraer un volumen de tráfico suficiente para competir con *Compras de Google*.Por otro lado, Google tampoco tiende a aumentar la necesidad de un servicio propio, previo al inicio de una

competencia genuina basada en credenciales. De esta forma, la reducción en el tiempo y/o calidad de la oferta de servicios comparativos impide la probabilidad de que los usuarios sufran los resultados de las búsquedas más relevantes.

En lo que respecta al mercado general de servicios de búsqueda, la conducta de Google también implica efectos anticompetitivos. Privilegiar el posicionamiento y visualización de*Compras de Google*En los resultados de búsqueda, Google protege una parte de las estafas generadas por el motor de búsqueda. Estas armas pueden ser cuestionadas por un servicio comparativo rival si la integración vertical entre el buscador y*Compras de Google*.

Como solución, la Comisión impuso esta decisión a Alphabet. La sentencia dictaba que*Compras de Google*Hablaremos del mismo proceso de posicionamiento y visualización que los servicios que brinda la competencia dentro de los resultados orgánicos de Google. El proceso debe incluir, necesariamente, todos los elementos que inciden en la visibilidad, ranking y formato gráfico de los resultados. Para cumplir con los requisitos de la Comisión, modificar los estándares de relevancia, los algoritmos de clasificación y los mecanismos de ajuste y degradación de contenido. Al mismo tiempo, es obligatorio dotar la ubicación visual de los resultados, la granularidad de la información y su posibilidad de interacción con los usuarios.

8 El caso de Android

El 18 de julio de 2018, la Comisión impuso una multa a Google por violar las normas antimonopolio de la UE. En esta ocasión, el incremento asciende a 4,34 millones de euros. La acusación consiste en impresionantes restricciones ilegales, a los fabricantes de dispositivos Android y operadores móviles, para consolidar su posición dominante en el mercado de servicios generales de autobús (COMISIÓN EUROPEA, 2018).

La Comisión estableció que la conducta fue contraria al artículo 102 del TFUE y al artículo 54 de la AEEE; y constitución, cuatro infracciones separadas (DG COMPETITION, 2018, p. 11):

1- distribuir, por cualquier medio, la aplicación móvil*Búsqueda de Google*, a raíz de las aplicaciones móviles*Tienda de juegos*;

2- distribuir, de manera atada, el navigator mobile*Google Chrome*, a*Búsqueda de Google*y la *Tienda de juegos;*

3- condicionar la licencia del*Tienda de juegos*y*Búsqueda de Google*problemas de antifragmentación que impiden, para los fabricantes de dispositivos móviles, vender dispositivos con versiones modificadas de Android;

4- repara parte de sus equipos, incluidos los fabricantes de equipos y los operadores móviles, al no instalar ningún servicio de autobús de competencia.

9 El ecosistema de Android

Android es un sistema operativo para dispositivos móviles. El 11 de julio de 2005, Google adquirió la factura de responsabilidad de 50 millones de dólares $25 millones de dólares (CALLAHAM, 2019). El 5 de noviembre del mismo año, la fundación de *Alianza abierta de teléfonos*[14] (OHA), una alianza comercial de 84 empresas dedicadas a la creación de soportes permanentes para dispositivos móviles.

En 2008, Google lanzó la primera versión comercial de Android con licencia de código abierto[15]. En principio, la licencia permite a cualquier persona crear versiones modificadas de Android y adaptarse a los requisitos técnicos de cada dispositivo.

Android funciona como una plataforma multilateral. Reunión de fabricantes de dispositivos, en un marketplace, con desarrolladores de aplicaciones y anunciantes publicitarios, en otro. Google no coopta a los fabricantes para que adopten su sistema operativo. A cambio, monetizar su valor a través de los esfuerzos de los desarrolladores y anunciantes. Reciba un porcentaje de los lanzamientos del desarrollador para distribuir sus aplicaciones de Android. Además, percibe un adicional adicional mediante *AdMob*, plataforma operada por Google, que permite colocar aplicaciones móviles para ser monetizadas por sus creadores.

Libera el código de Android y ofrece tu licencia gratis usando una estrategia clave para promover su adopción y atraer a fabricantes, operadores móviles y desarrolladores de aplicaciones a la OHA. La adopción del ecosistema por la capacidad de los usuarios, al mismo tiempo, crea una sinergia entre Android y el buscador de Google que obtiene la mayoría de sus usuarios.

Google es responsable del desarrollo del código de Android. Determina sus novedades, decide unilateralmente cuándo estará disponible para el resto de la comunidad de programadores y comprueba los niveles de compatibilidad.

9.1 *Elementos del ecosistema*

La *Tienda de juegos* es la aplicación móvil de Google, disponible en Android, desde 2008. Se llama gratis *Mercado de Android*, reformado en marzo de 2012.

A diferencia de otras aplicaciones, el *Tienda de juegos* no se puede descargar Debe ser preinstalado por el fabricante del dispositivo para que el usuario pueda acceder a él. Google no preinstala otros niveles de aplicaciones, pero los desarrolladores de software no pueden distribuir niveles alternativos a través de *Tienda de juegos*.

Para acceder a la *Tienda de juegos* El usuario debe disponer de una cuenta asociada a Gmail, el servicio de correspondencia por correo electrónico de Google. Además de des-

14 La OHA tiene a sus fabricantes de dispositivos móviles como Samsung, Motorola, LG o Sony; desarrolladores de aplicaciones, como Esmertec, LivingImage, Myriad o SONiVOX; operadores de telefonía móvil, como T-Mobile, Telefónica SA, Sprint Nextel o China Mobile; y fabricantes de chips, como Intel, Nvidia, Qualcomm o Synaptics, entre otros.

15 Los detalles sobre el Proyecto Android Open Source están disponibles en: AN-DROID OPEN SOURCE PRO-JECT. Disponible en: [https: // fuente.android.com/](https://fuente.android.com/) . Consultado el 2 de febrero 2021

16 Una API (interfaz de programación de aplicaciones) o, interfaz de programación de aplicaciones, es un conjunto de subrutinas, funciones y procedimientos que se pueden usar para crear bibliotecas para que las use otro software. Hay un conjunto de reglas (códigos) y especificaciones que las aplicaciones pueden seguir para comunicarse entre ellas interfiriendo con diferentes programas.

cargar aplicaciones, tanto de Google como de terceros, la *Tienda de juegos* le permite actualizar, evaluar y comprar aquellas funciones que no están disponibles de forma gratuita.

Servicios de Google Play (GPS), por su parte, es un conjunto de software propietario que brinda servicios de planes de segundo nivel y APIs[dieciséis] para la integración de aplicaciones Android. Lanzado en 2012, este software permite que las aplicaciones de Google y los desarrolladores de terceros interactúen con él. Si no tienes acceso a estos servicios, muchas de las aplicaciones de Android no se ejecutarán correctamente o no dispondrán de algunas de sus funciones.

Si sus productos distintivos, el *Tienda de juegos* y *Servicios de Google Play* están íntimamente relacionados. Google recupera la licencia de empleados, en conjunto, dentro del paquete *Servicios móviles de Google* (GMS).además, *Servicios de Google Play* se instala automáticamente a través del *Tienda de juegos*, sin requerir la participación del fabricante del dispositivo.

9.2 *Control sobre el ecosistema*

Para asegurar la cohesión y el control del ecosistema, Google mantiene distintos acuerdos con cada uno de sus integradores. Ofrecer, de forma gratuita, la licencia de Android a los fabricantes de dispositivos. Así, la personalización permitía hasta hace poco, a cambio de no fragmentar el sistema operativo. Los operadores de telefonía móvil pueden agregar aplicaciones específicas para suscripciones y servicios. Además, Google compara sus entradas con algunas de ellas con la preinstalación de Google Search. En última instancia, Google genera incentivos para los desarrolladores de aplicaciones: más desarrolladores aumentan el atractivo de Android para los usuarios; más usuarios, atraerán a nuevos desarrolladores.

Con el fin de llevar un control estricto, Google utiliza un conjunto de acuerdos legales, la licencia de Android, un conjunto de aplicaciones propietarias y sus derechos de propiedad intelectual.

La licencia gratuita de Android no autoriza a los fabricantes de dispositivos a distribuir aplicaciones patentadas de Google, como Google Search, Google Chrome, Play Store o Google Play Services. Sin embargo, no es una parte integral del ecosistema que hace uso de la marca Android o cualquier otro poder de Google. Para obtener estos derechos, cualquier entero debe celebrar un acuerdo para la distribución de aplicaciones. Sin embargo, una vista previa requerida asumirá obligaciones anti-fragmentación.

9.2.1 *Acuerdos Antifragmentación*[17]

Todos los componentes del ecosistema vienen con tres obligaciones anti-fragmentación:

1- Los fabricantes del dispositivo se comprometieron a distribuir exclusivamente dispositivos Android compatibles. Los desarrolladores de software de Asumen distribuyen aplicaciones exclusivamente para dispositivos compatibles con Android.

2- No realice ninguna acción que pueda provocar la fragmentación de los distintos componentes del sistema operativo.

3- No distribuya el kit de desarrollo de software (SDK) derivado de Android, no cree ni promueva, ningún kit de terceros. Este grupo de herramientas, junto con la licencia de código abierto, permitirá versiones desinstaladas de Android alternativas a las autorizadas por Google.

Si bien estas son tres obligaciones, cada sistema social se compromete no solo a distribuir productos compatibles con Android. También utilizamos el compromiso de no distribuir lo incompatible. Google decide, unilateralmente, las características[18] de dispositivos compatibles con una prueba técnica[19] que cada fabricante tiene que instalar e instalar Android en ellos.

9.2.2 *Acuerdos sobre distribución de aplicaciones*

Acuerdos de Distribución Organizan el derecho a preinstalar y distribuir las aplicaciones de Google en sus dispositivos. También extendemos la licencia a contratistas contratados que desarrollan, evalúan y prueban los dispositivos. Además, autoriza el uso de la marca Android y el resto de productos de Google.

Cambio, los fabricantes asumen una serie de bonos. Primer lugar, lugar, por defecto, *Búsqueda de Google*, la *Tienda de juegos* y el resto de aplicaciones de Google, bajo la iniciativa del dispositivo. En segundo lugar, el servicio de búsqueda de Google, por defecto, se establece en cada modo de acceso a la web. Finalmente, los fabricantes necesitan configurar un identificador - *Identificación del cliente* - en cada dispositivo. Este código alfanumérico, de carácter único, corresponde a cada dispositivo provisto con el paquete *Servicios móviles de Google*. Úselo para monitorear el uso de las aplicaciones móviles asociadas con el dispositivo de cada usuario.

Los acuerdos para la distribución de solicitudes suelen extenderse por un plazo de cinco años. Google puede rescindir, unilateralmente en cualquier momento, en el caso de que el fabricante recopile algunas de sus condiciones.

17 A partir de 2018 se reforman los acuerdos antifragmentación (Anti-Fragmentation Agreements o AFAs) Compromisos de compatibilidad (Compromisos de compatibilidad de Android o ACC). Sus términos están disponibles en: ANDROID. Guía del fabricante para la seguridad de Android a largo plazo. Proyecto de código abierto de Android. Disponible en:https: // fuente. android.com/devices/ automotive/security/mfg_guide . Consultado el 2 de febrero 2021

18 Los requisitos técnicos de compatibilidad para los dispositivos móviles se pueden descargar desde: ANDROID. Documento de definición de compatibilidad de Android. Proyecto de código abierto de Android. Disponible en:https: // fuente.android.com/ compatibilidad/cdd . Consultado el 2 de febrero 2021

19 Detalles sobre la prueba de compatibilidad-papá para los fabricantes de equipos están disponibles en: ANDROID. Conjunto de pruebas de compatibilidad. Proyecto de código abierto de Android. Disponible en: https://fuente.android. com / compatibilidad / cts . Consultado el 2 de febrero 2021

9.2.3*Acordado por el partido*

A partir del 1 de mayo de 2010 y el 31 de octubre de 2015, Google acordó compartir sus entradas con los fabricantes de dispositivos y cuatro operadores de telefonía móvil. Estos también están comprometidos y no preinstalan ningún servicio de bus, propio de la competencia, dentro de una cartera de dispositivos acordados. De esta forma, el tráfico generado a través de*Búsqueda de Google,*y supervisado por el*Identificación del cliente*de cada dispositivo, asegura una fracción de los afiliados de Google.

La extensión geográfica del acuerdo con los fabricantes de dispositivos en el mundo era. Los operadores móviles, por su parte, están limitados a sus regiones de operación o áreas negociadas entre los teléfonos y Google. A partir de marzo de 2013, los acuerdos se han intercambiado en el territorio de la UE, por agregados por cartera de dispositivos y por agregados para dispositivos específicos.

10 Definición de mercado y posición dominante

En el caso de Android, la Comisión define cuatro mercados relevantes: 1- el mercado de servicios generales para la silvicultura; 2- el mercado de sistemas operativos con licencia; 3- el mercado de marketing de aplicaciones móviles para aplicaciones compatibles con Android; y 4- el mercado de navegación móvil para sistemas operativos no específicos (DG COMPETITION, 2018, p. 56).

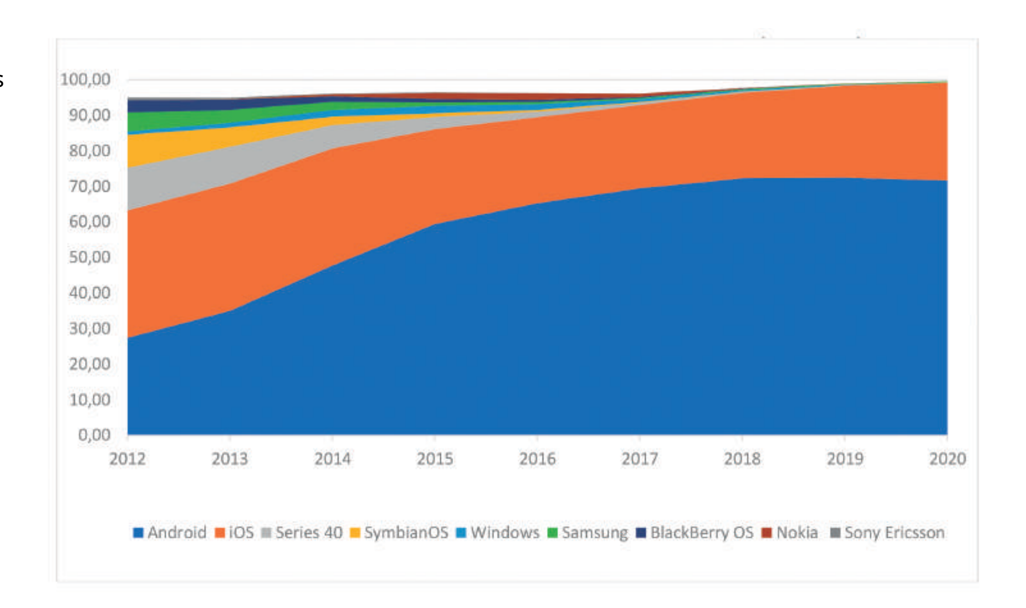
Cómo vivimos en el caso contra*Compras de Google*, la definición geográfica del mercado de los servicios generales de autobús tiene una dimensión nacional. Además, no hay diferencia entre los proveedores de PC medianos o los dispositivos móviles. Desde la perspectiva de la oferta, más que la interfaz difiere, la tecnología subyacente es básicamente la misma.

La delimitación geográfica del resto de mercados, en cambio, tiene superávit global excluyendo a China. Cabe señalar que las condiciones de competencia en el país asiático son distintas. La mayoría de las aplicaciones de Google, como*Búsqueda de Google*,*mapas de Google*,*YouTube*y la*Tienda de juegos*, no está disponible en China. Los fabricantes de dispositivos móviles comerciales chinos y los operadores, por su parte, están equipados con versiones de Android alternativas a las que ofrece Google porque no acepta obligaciones anti-fragmentación. Google ofrece su servicio de búsqueda en China desde 2010, cuando abandonó su mercado.

Como se menciona en el caso contra*Compras de Google*, Google mantiene una posición dominante en cada mercado nacional de servicios de búsqueda de EEE, desde 2008 (Gráfico 1). El mismo éxito, a escala global, en el mercado de sistemas operativos móviles desde 2011 (Gráfico 2).

Gráfico 2-Cuotas de mercado global en sistemas operativos móviles (2012-2020)

Fuente: Elaboración Propia en base a Statcounter (2021).

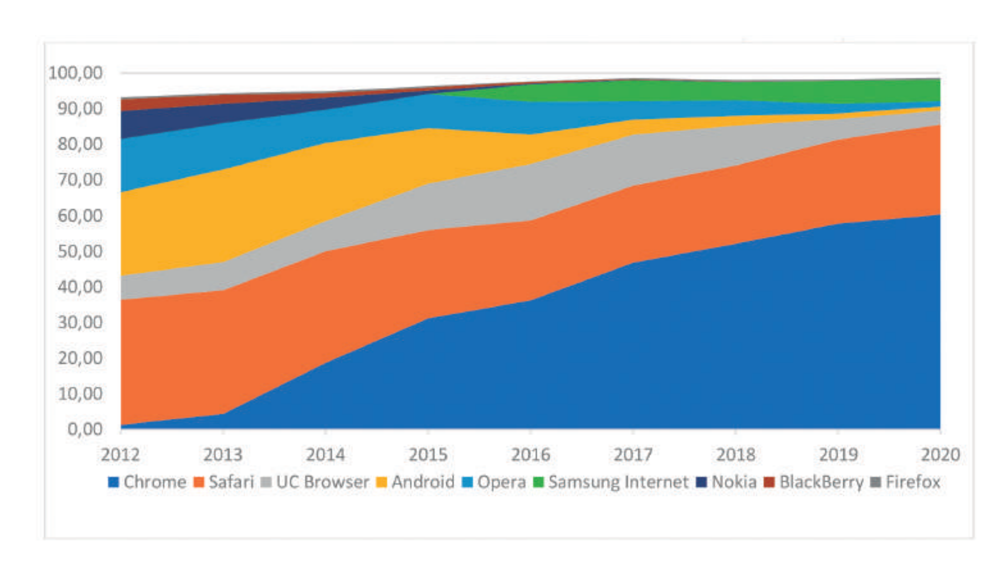


En el mercado de los diezmos de aplicaciones móviles, el *Tienda de juegos* es mantenido por solo el 90% de los dispositivos vendidos desde 2011, porque está preinstalado por los fabricantes que asumen las obligaciones de antifragmentación. La *Aplicaciones Galaxy* de Samsung y el *Tienda de aplicaciones de Amazon* sus actores marginales en este mercado (DG COMPETITION, 2018).

Finalmente, en el mercado de navegadores móviles, Google mantiene una posición dominante con *Google Chrome*, a partir de 2015 (Gráfico 3).

Gráfico 3-Cotizaciones del mercado mundial en navegadores móviles (2012-2020)

Fuente: Elaboración Propia en base a Statcounter (2021).



20 El equipo económico de la DGC está formado por 30 economistas. El equipo proporciona orientación sobre cuestiones metodológicas en la aplicación de las normas de competencia de la UE. Contribuye es

11 Abuso de posición dominante y efectos anticompetitivos

Para sustentar los argumentos en contra de la conducta anticompetitiva del caso Android, el equipo económico[20] de la Dirección General de Competencia, basado en la teoría de la exclusión del mercado provocada por la distribución de datos[21] de productos (KOTZEVA *y otros*., 2019). Particularmente, en el

modelos de Choi y Stefanadis (2001); Choi y Jeon (2016, 2020); Etro & Caffarra (2017); y De Cornière y Taylor (2018).

La premisa básica es que los tres acuerdos contractuales impuestos por Google permiten la presencia de aplicaciones de aplicaciones móviles en el buscador. Ofrece incentivos económicos a los fabricantes para que preinstalen este paquete de aplicaciones -por defectuoso- en sus dispositivos, excluyendo a los rivales de Google, y consolidando su posición dominante en el mercado de servicios de autobús. Al mismo tiempo, los acordes impiden el desarrollo de versiones de Android alternativas a las autorizadas por Google (ETRO; CAFFARRA, 2017).

Desde el 1 de enero de 2011 Google distribuye, de forma diferente, su aplicación de búsqueda *Búsqueda de Google* a la *Tienda de juegos*. A partir del 1 de agosto de 2012, aquí está lo mismo con su navegador web *Google Chrome*. Cuando un monopolista condiciona la oferta de un producto primario a otro bien, puede excluir a sus rivales de un mercado adyacente (WHINSTON, 1990). Deuda ante los altos costes fijos para desarrollar un servicio de autobuses y lanzar a escala rentable, incluso la distribución de *Búsqueda de Google* impedir la entrada de competencia en el mercado.

tanto *Búsqueda de Google* como *Google Chrome* sus puntos de acceso, por defecto, en el servicio prestado por Google. La preinstalación es un importante canal de distribución de aplicaciones móviles que aumentan su uso. Los servicios de búsqueda por competencias no pueden superar las ventas que proporciona Google para ellos. Los canales de distribución alternativos, ya que las descripciones median la *Tienda de juegos*, los acuerdos con navegadores web para incluir el servicio por defecto, simplemente no tienen el mismo importe que la instalación de fábrica. Como el usuario privilegia las aplicaciones instaladas por defecto, Google asegura el uso de *Búsqueda de Google* y *Google Chrome* llegando a él antes que sus rivales.

De acuerdo con el modelo de Carlton y Waldman (2002), la oferta conjunta de la *Tienda de juegos* y *Búsqueda de Google* competencia difícil. Los únicos rivales de Google pueden competir ofreciendo una variedad de aplicaciones en el futuro. El desarrollo de un paquete alternativo incrementa sus costos y reducirá las aplicaciones, por separado, degradando la calidad de su oferta. Si bien ambas aplicaciones son complementarias, su distribución reduce los incentivos a la inversión para aumentar las alternativas. La serie innovadora es rentable solo en conjunto. Si aumenta la calidad de una de las aplicaciones y no de los trabajos, el paquete se descartará contra la infracción por parte de Google (CHOI; STEFA- NADIS, 2001).

Con base en el modelo de Amelio y Jullien (2012), Choi y Jeon (2020) demuestran que una empresa dominante, en un mercado primario multilateral, puede ganar su producto principal con otro accesorio, producido en un mercado adyacente, para dividir la entrada a es la última -de forma rentable-, cuando existen restricciones en los precios que se pueden cubrir.

Casos particulares que involucran temas económicos complejos y análisis cuantitativo. También colabora con el desarrollo de instrumentos de política general y asiste en casos pendientes ante los tribunales de la UE. El equipo se centra en tres áreas: antimonopolio, control de fusiones y ayudas estatales. El organigrama de la DGC se puede consultar en: COMISIÓN EUROPEA. Directora-te-general para la competencia. 2021. Disponible en: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/organisation-chart-dg-comp_en.pdf . Consultado el 2 de febrero 2021

21 Los eventos de venta son prácticas anticompetitivas en las que se ofrecen, en forma conjunta, bienes servicios o por regla general su objeto de transacciones independientes, condicionadas a la adquisición de un producto sobre la base obligatoria de otro bien. Sin vergüenza, Google no venderá el sistema operativo Android ni ninguno de sus componentes a los fabricantes de dispositivos móviles. Sin embargo, existen restricciones en su uso. Por esta razón, nos referimos a la "distribución de bienes" en la "venta de bienes", en este caso.

La idea central es que, si un motor de pólvora rival va a subsidiar a los usuarios por el uso de su producto, con importantes ingresos por publicidad de los anunciantes, estará en condiciones de competir con Google. Sin embargo, el pago directo a los usuarios por la instalación de aplicaciones móviles resulta imposible. Google, por otro lado, puede subsidiar indirectamente a los usuarios de Android con intrusiones en los motores de búsqueda. Además de ofrecer su paquete de aplicaciones, junto con no cubrir las licencias de los fabricantes de dispositivos, Google reduce el precio final de los equipos y potencia su servicio de búsqueda a futuro. Los dispositivos más asequibles contribuyen a la adopción del motor de búsqueda preinstalado; más usuarios aumentan la publicidad de la publicación; más ingreso, finalmente, se invierte en mayores subsidios indirectos. Sin distribución, la restricción de precios permite la competencia. Por el contrario, la situación es favorable para Google.

Por el otro, las versiones no oficiales de Android representan un acuerdo con Google. La licencia libre implica que el costo de desarrollar una nueva alternativa es mucho mayor que el requerido para crear un sistema operativo desde cero. Además, las similitudes entre las versiones oficiales y alternativas, también permiten adaptar las aplicaciones y las existentes con pequeños ajustes.

Por este motivo, Google ejerce desde 2011 un estricto control sobre las obligaciones anti-fragmentación. Los compromisos asumidos por los fabricantes de dispositivos impedientes, desplegando o distribuyendo versiones de Android no autorizadas por Google. Esta es una estrategia privada para los principales canales de distribución de canales para su software alternativo.

Impedir el acceso a las API propietarias es otra forma de restringir la competencia. Estas interfaces de programación permiten la interacción entre las aplicaciones dentro del ecosistema oficial de Android. Prohibir su uso de desarrolladores alternativos para adaptar las aplicaciones existentes a las nuevas entidades. Restrinja las API para que funcionen como un control sobre los niveles de compatibilidad.

12 Conducta complementaria y dependencia recíproca

En suma, la relación entre prácticas anticompetitivas lleva a una conclusión diferente: proteger y consolidar la posición dominante de Google en el mercado de servicios generales de autobuses (Figura 2).

Distribuir *Búsqueda de Google* y *Google Chrome*, en conjunción con la *Tienda de juegos*, promover implícitamente, por falla, puntos importantes de acceso al servicio de búsqueda de Android. Simultáneamente, existen impresionantes obligaciones anti-fragmentación que, ni las empresas ni la competencia, desarrollan versiones alternativas del sistema operativo. Como tal, evite un canal de distribución potencial para aplicaciones rivales bajo el control de Google. por

Por último, los pasos para reparar los ingresos con fabricantes y operadores móviles impiden que los servicios de la competencia estén preinstalados en Google y Android.

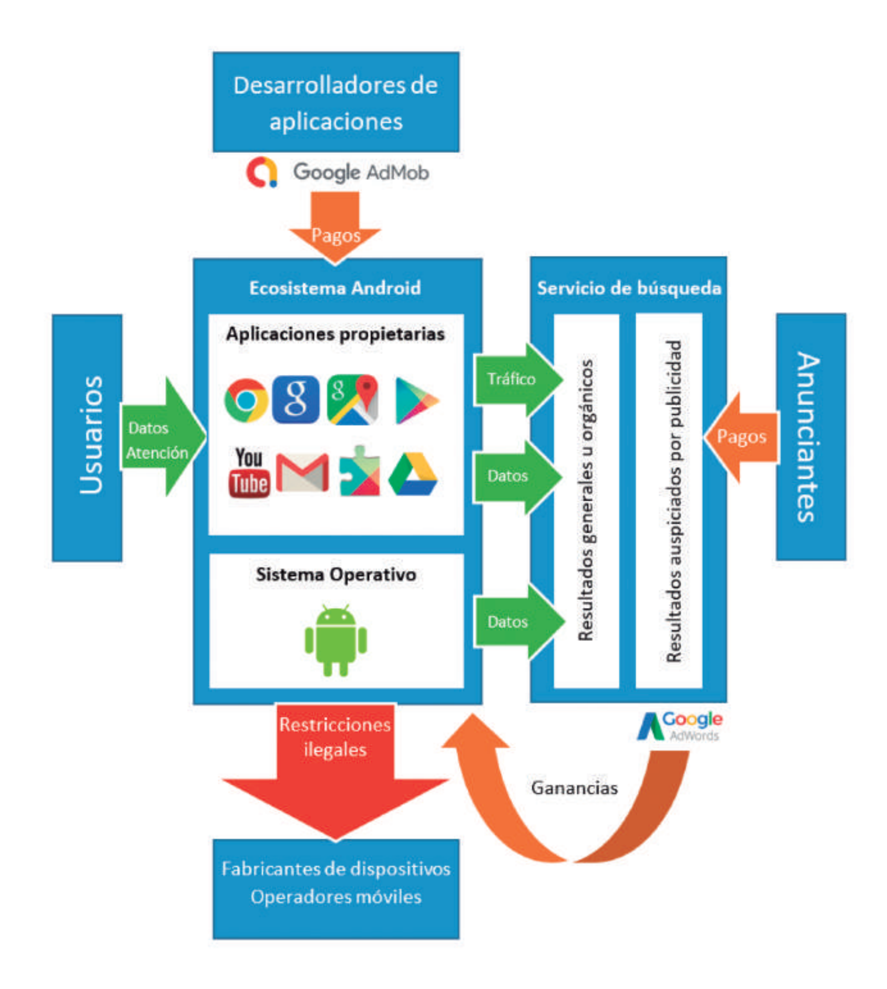


Figura 2-Relación entre los componentes del ecosistema Android y el servicio de búsqueda de Google

Fuente: Elaboración propia

Estos son complementarios y crean una dependencia recíproca. Para solicitar el derecho a instalar aplicaciones de Google, el fabricante debe celebrar un acuerdo de distribución. Para ello, acepta las obligaciones anti-fragmentación. Del mismo modo, con el fin de celebrar un acuerdo para la distribución de entradas, es necesario establecer un acuerdo para la distribución. Por este motivo, también asumimos obligaciones antifragmentación por adelantado.

Además, si un fabricante decide preinstalar exclusivamente otro servicio de búsqueda defectuoso, no podrá utilizar las aplicaciones de Google, incluido el *Tienda de juegos*. También se relacionan los acuerdos sobre la distribución de entradas y la distribución de solicitudes. Si un fabricante afirma ser parte de las intrusiones del motor de búsqueda de Google, solo se puede preinstalar *Búsqueda de Google*.Debe, además, preinstalar el resto de aplicaciones sin ningún tipo de remuneración adicional.

Como remedio a la conducta anticompetitiva, la Comisión prohíbe que Google distribuya aplicaciones. También se establece que su instalación y uso no deben estar sujetos a pretensiones o restricciones que restrinjan la libertad de elección de los fabricantes o usuarios. Los acuerdos antifragmentación, por su parte, no implican obligaciones impresionantes que afecten la libertad comercial de los fabricantes para vender dispositivos con versiones de Android alternativas a las autorizadas por Google. Finalmente, también quedan prohibidos los acuerdos de reparación de instalaciones en el marco de la preinstalación exclusiva de servicios de autobús.

13 La reforma del mercado legal antimonopolio

Los numerosos impuestos que la Comisión Europea impone a Google han recaudado 2,42 millones de euros, en este caso*Compras de Google*; 4,34 millones de euros, en este caso*Androide*. Si bien las cifras desorbitadas aparecen a priori, resultan insignificantes en términos relativos.

Las entradas anuales de Google en 2020, por ejemplo, recaudan 182.527 millones de dólares. El 47% de este total se explica por sus actividades en Estados Unidos, mientras que el 30% proviene del mercado europeo (ESTADOS UNIDOS, 2020). Las comisiones de la Comisión representan una porción mínima de las entradas anuales de Google. La cifra es sólo ligeramente superior si se afirma que ambas prácticas anticompetitivas se prolongan durante una década.

La magnitud de la sanción económica y la medida en que la estructura del mercado obligará inevitablemente a monitorear la efectividad de los remedios adoptados por la Comisión. La simple prohibición de realizar prácticas anticompetitivas parece insuficiente y no cambia sus condiciones de elegibilidad. Por esta razón, la Comisión Europea inició un proceso legislativo para modificar sus leyes antimonopolio.

El 19 de febrero de 2020, la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, junto con la comisaria de Competencia, Margrethe Vestager, presentaron la estrategia digital de la Unión Europea. La iniciativa ejemplifica una serie de políticas que revelan la perspectiva del bloque sobre la regulación de datos personales, inteligencia artificial y plataformas digitales, durante los próximos cincuenta años. El objetivo implícito es reducir la dependencia europea de las empresas extranjeras y obligar al sector tecnológico a enfrentarse a sus rivales Pekín y Silicon Valley.

La soberanía tecnológica incluye normas de competencia más estrictas en el mercado digital europeo. Actualmente, la Comisión evalúa sus leyes antimonopolio para los defensores de la era digital. El proyecto de Ley de Servicios Digitales contempla “reglas*ex ante*para asegurar que los mercados, caracterizados por grandes plataformas con efectos significativos de red que

actuan como *porteros*, siendo justos y competitivos para innovadores, empresas y nuevos participantes” (UNIÓN EUROPEA, 2020).

El 2 de junio de 2020, la Comisión Europea realizará una consulta pública sobre la nueva Ley de Servicios Digitales. El proyecto aumenta la seguridad en línea, la libertad de expresión y las condiciones de competencia en la economía digital.

La consulta incluye dos series de medios. El primero se refiere al desempeño de los servicios digitales en el mercado único europeo. Su objetivo es establecer estándares claros y modernos en cuanto a los trámites y obligaciones de los intermediarios en línea, con un incremento en la limitación de responsabilidad por los contenidos creados por los usuarios.

El Segundo Medio aborda las condiciones de competencia en el mercado digital europeo, actualmente, “en manos de una plataforma que actúa como guardiana de su acceso” (COMISIÓN EUROPEA, 2020b).

Paralelamente, la Comisión abrió una segunda consulta sobre un nuevo instrumento legal para garantizar la competencia. Este estudio se basa en un enfoque “global y holístico” de tres pilares: la aplicación rigurosa y la continuación de las normas vigorosas; un nuevo instrumento legal para problemas estructurales que puedan ser enfrentados efectivamente con las normas vigentes; y un reglamento *ex ante* requisitos adicionales para las plataformas digitales que están diseñadas como guardianes del acceso al mercado (COMISIÓN EUROPEA, 2020a).

La regulación ex ante está dirigida a grandes plataformas online con importantes efectos rojos que impiden la entrada en el mercado interior de la UE. Dichas plataformas tienen la capacidad de controlar ecosistemas de economía digital a través de intermediarios entre empresas y consumidores. Esta posición privilegiada le permite recopilar grandes cantidades de datos para desarrollar nuevos servicios y expandirse a mercados adicionales. La concentración del mercado, la creciente dependencia de las negociaciones tradicionales y el frenesí de la innovación tecnológica, son algunos de los efectos que aguardan a la soberanía tecnológica reivindicada por la UE.

Es importante que los servicios de las plataformas superen los frentes nacionales, la intención de la Comisión es promover un mercado legal a nivel europeo, evitar la fragmentación regulatoria en el mercado digital de la Unión y proponer una aplicación más efectiva.

el reglamento *ex ante* incluyendo tres propuestas (COMISIÓN EUROPEA, 2020c). En primer lugar, establecer una autoridad con facultades para recabar información sobre las prácticas e impacto de las plataformas en el mercado. En segundo lugar, adoptar una marca legal específica específica para plataformas con efectos significativos de rojo que impide la entrada al mercado. Sobre la base de los usuarios y la capacidad de utilizar los datos de un mercado en otro sus algunos criterios para identificar a estos actores. Finalmente, se propone que se prohíban las plataformas con posición de dominio

prácticas comerciales que distorsionan la competencia. Mientras tanto, el trato preferente es el de los servicios propuestos y la imposición de condiciones contractuales complementarias en relación con el servicio prestado. Estos desequilibrios podrán corregirse mediante normas adicionales caso a caso, para establecer obligaciones de acceso a las fechas, requisitos específicos en materia de portabilidad o requisitos en materia de interoperabilidad. La Sanción de la Ley de Servicios Digitales está prevista para 2021.

Así, en Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio (FTC) y la División Antimonopolio del Departamento de Justicia (DOJ) están realizando investigaciones separadas sobre las competencias de las plataformas digitales. El 20 de octubre de 2020, el DOJ presentó una demanda contra Google por “mantener ilegalmente un monopolio en el servicio general de autobuses y publicidad digital a través de prácticas exclusivas y anticompetitivas” (DOJ, 2020). Sin embargo, en el caso de Android, el cargo está en los acuerdos de distribución que aseguran, por defecto, el privilegio de acceso del buscador en navegadores, teléfonos móviles, ordenadores y dispositivos de búsqueda por comando de voz.

Por otra parte, el 6 de octubre de 2020, la Comisión Judicial de la Cámara de Representantes publicará su información sobre el estado de competencia en el mercado digital. La herramienta de diagnóstico es una ventanilla única para “controlar el acceso al mercado cubriendo tarifas exorbitantes e imponiendo términos contractuales opresivos, con el fin de aumentar y aumentar su dominio a través de precios depredadores, conducta exclusiva y preferencia de automóviles para sus actividades propuestas 2020”. Las recomendaciones de la información incluyen la separación estructural de las plataformas, un código de conducta con prácticas prohibidas y la modificación del marco legal antimonopolio y su modo de aplicación.

14 Conclusiones

En el contexto de las reformas regulatorias, una torre perfecta aparecería en las empresas de Silicon Valley. La negociación de plataformas, como Facebook y Google, se ha puesto al día con los intereses geopolíticos de las potencias internacionales.

La soberanía tecnológica, reclamada por la Unión Europea, sólo puede lograrse mediante una estricta regulación económica de las empresas extranjeras. Al mismo tiempo, Washington se está exponiendo a los estándares de competencia impuestos por Bruselas sobre la regulación global.

En otras palabras, la necesidad estratégica de tener en cuenta los recursos para no desviarse de las regulaciones extranjeras de facto. Preservar la competitividad del sector resulta clave para blockchain en la disputa por la carrera tecnológica contra Pekín.

Referencias

AMELIO, A.; JULLIEN, B. Tying and Freebies in Two-side Markets.**Revista Internacional de Organización Industrial**, v. 30, pág. 436, 2012.

BRIN, S.; PAGE, L. El ranking de citas de PageRank: poner orden en la Web. **Servidor de publicación Stanford InfoLab**, ene. 1998.

CALLAHAM, J.**La historia de AndroidOS**: su nombre, origen y más. hace 18 2019.

CARLTON, DW; WALDMAN, M. El uso estratégico de vincular para preservar y crear poder de mercado en industrias en evolución.**Revista RAND de Economía**, v. 22, núm. 2, pág. 194-220, 2002.

CHOI, JP; STEFANADIS, C. Tying, inversión y la teoría del apalancamiento dinámico. **Revista RAND de Economía**, v. 32, núm. 1, pág. 52-71, 2001.

CHOI, JP; JEON, D.-S. Una teoría de apalancamiento de la vinculación en mercados de dos lados con restricciones de precio no negativas.**American Economic Journal: Microeconomía**, v. 13, núm. 1, pág. 283-337, 2020.

CHOI, JP; JEON, D.-S. Una teoría del apalancamiento de la vinculación en mercados de dos lados. **Documentos de debate del CEPR**, v. 11484, 2016.

DANTAS, Marcos. La Economía del Tiempo de Circulación Cero: Plataformas de Internet.**Revista Herramienta Web**, n. 23, 2018.

DE CORNIÈRE, A.; TAYLOR, G. Empaquetamiento ascendente y apalancamiento del poder de mercado.**Documentos de debate del CEPR**, v. 13083, 2018.

CONCURSO DG.**Procedimiento Antimonopolio ASUNTO AT.39740 Google Search (Compras)**. Bruselas: Comisión Europea, 2017.

CONCURSO DG.**Procedimiento Antimonopolio CASO AT.40099 Google Android**. Bruselas: Comisión Europea, 2018.

EDELMAN, B.; GERADIN, D. Android y Derecho de la Competencia: Explorando y Evaluando las Prácticas de Google en Móviles.**Diario Europeo de la Competencia**, v. 12, núm. 2-3, pág. 159-194, 2016.

ETRO, F.; CAFFARRA, C. Sobre la economía del caso Android.**Diario Europeo de la Competencia**, v. 13, núm. 2, pág. 282-313, 2017.

COMISIÓN EUROPEA. Paquete de Ley de Servicios Digitales: instrumento regulador ex ante de plataformas en línea muy grandes que actúan como guardianes.**da tu opinión**, 2 jun. 2020.

COMISIÓN EUROPEA. Antimonopolio: la Comisión consulta a las partes interesadas sobre una posible nueva herramienta de competencia.**Esquina de prensa**, 2 jun. 2020.

COMISIÓN EUROPEA. Antimonopolio: la Comisión multa a Google con 2 420 millones de euros por abusar de su posición dominante como motor de búsqueda al otorgar una ventaja ilegal a su propio servicio de comparación de precios.**Esquina de prensa**, 27 jun. 2017.

COMISIÓN EUROPEA. Antimonopolio: la Comisión multa a Google con 4 340 millones de euros por prácticas ilegales relacionadas con los dispositivos móviles Android para fortalecer el dominio del motor de búsqueda de Google.**Esquina de prensa**, 18 de julio 2018.

COMISIÓN EUROPEA. La Comisión lanza una consulta para buscar opiniones sobre el paquete de la Ley de Servicios Digitales.**Esquina de prensa**, 2 jun. 2020.

UNIÓN EUROPEA.**Dando forma al futuro digital de Europa**. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2020.

UNIÓN EUROPEA. Versión consolidada del Tratado de la Unión Europea. **Diario oficial de la Unión Europea**, 26 fuera. 2012.

UNIÓN EUROPEA. Reglamento (CE) nº 1/2003 del Consejo.**Diario Oficial de las Comunidades Europeas**, 16 dic. 2002.

EVANS, DS Plataformas Económicas: Ensayos sobre Negocios de Múltiples Lados.**Política de competencia internacional**, 2011.

GOOGLE. Cómo funciona la Búsqueda de Google (para principiantes).**Centro de búsqueda de Google**. Disponible:https://support.google.com/webmasters/answer/70897?hl=en#content . Consultado el 02 de febrero. 2021

KATZ, M.; SHAPIRO, C. Externalidades de red, competencia y compatibilidad.**La revisión económica estadounidense**, v. 75, núm. 3, pág. 424-440, 1985.

KOTZEVA, R.; KOVO, D. LORINCZ, S.; SAPI, G. SAURI, L.; VALLETTI, T. Desarrollos Recientes en DG Competencia: 2018/2019.**Revisión de Organización Industrial**, v. 55, pág. 551-578, 2019.

MOSCO, Vicente.**La economía política de la comunicación.**. Londres: Publicaciones Sage, 2009.

ROCHET, J.-C.; TIROLE, J. Competencia de plataformas en mercados de dos caras. **Revista de la Asociación Económica Europea**, v. 1, norte 4, pág. 990-1029, 2003.

ROCHET, J.-C.; TIROLE, J. Mercados de dos caras: un informe de progreso.**La Revista RAND de Economía**, v. 37, núm. 3, pág. 645-667, 2006.

ROZGA, K. Qué remedio elusivo en el caso de Google Shopping dice sobre el futuro de la regulación de las grandes tecnologías.**Ley tecnológica decodificada**, 2020.

CONTADOR DE ESTADÍSTICAS.**Estadísticas globales**. Disponible en:https://gs.statcounter.com/ . Consultado el 2 abr. 2021

TIROLE, J.**Economía para el bien común**. Princeton: Prensa de la Universidad de Princeton, 2017.

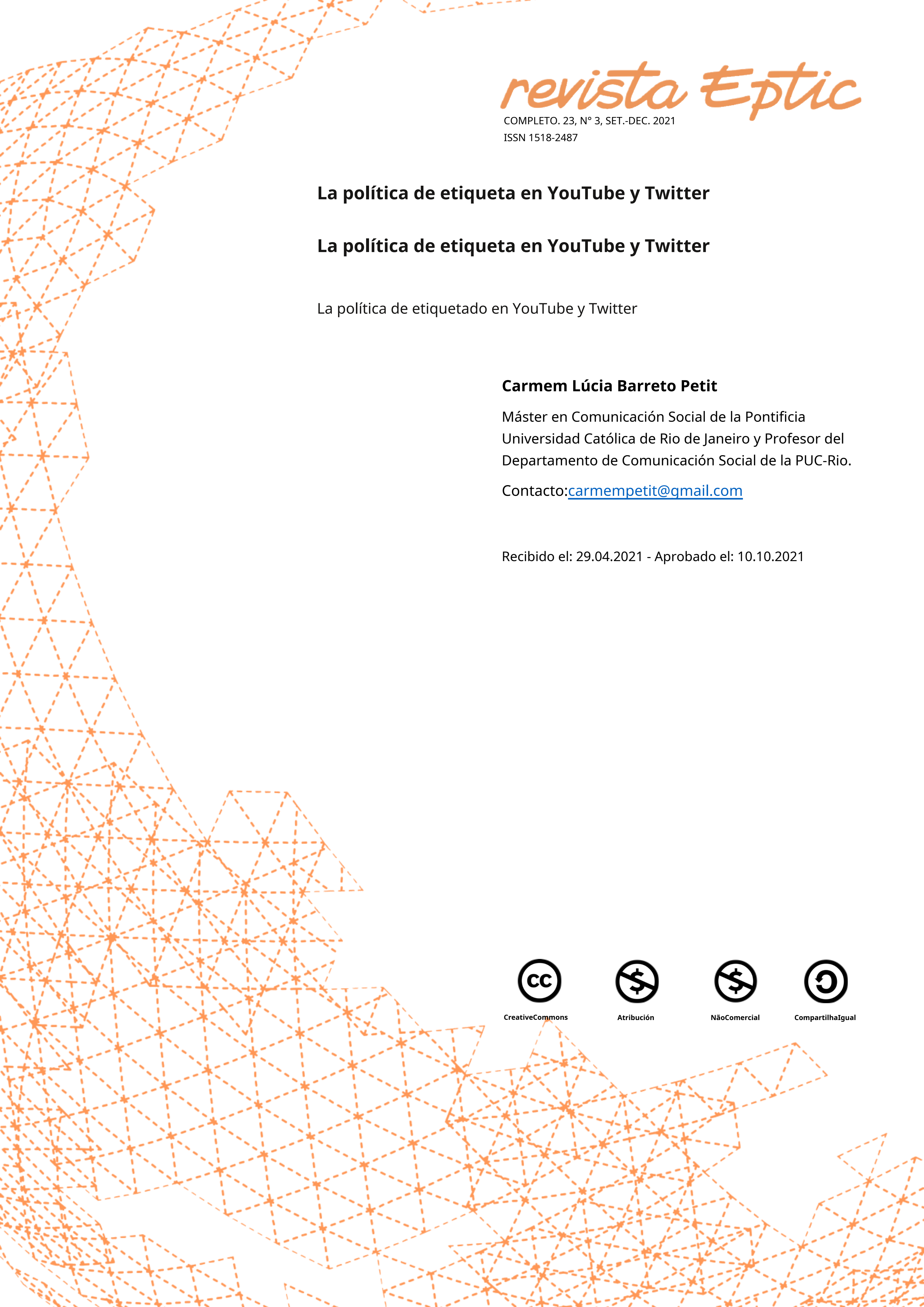
ESTADOS UNIDOS. Departamento de Justicia.**Estados Unidos v. Google**. Caso 1: 20-cv-03010. 2020.

ESTADOS UNIDOS. Comisión Nacional del Mercado de Valores.**Alfabeto**: Formulario 10-K. Informe anual para el año fiscal de EE. UU. que finaliza el 31 de diciembre de 2019. Washington: Comisión de Bolsa y Valores, 2019. ESTADOS UNIDOS. Valores

y Comisión de Cambio.**Alfabeto**: Formulario 10-K Informe anual para el año fiscal de EE. UU. que finaliza el 31 de diciembre de 2020. Washington: Comisión de Bolsa y Valores, 2020.

ESTADOS UNIDOS. Subcomisión de Derecho Antimonopolio, Comercial y Administrativo de la Comisión de la Judicatura.**Investigación de la competencia en mercados digitales**. Washington: Estados Unidos, 2020.

WHINSTON, MD Atado, ejecución hipotecaria y exclusión.**Revisión económica estadounidense**, v. 80, núm. 4, pág. 837-859, 1990.


revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

La política de etiqueta en YouTube y Twitter

La política de etiqueta en YouTube y Twitter

La política de etiquetado en YouTube y Twitter

Carmem Lúcia Barreto Petit

Máster en Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro y Profesor del Departamento de Comunicación Social de la PUC-Rio.

Contacto:carmempetit@gmail.com

Recibido el: 29.04.2021 - Aprobado el: 10.10.2021

Resumen

Este artículo se propone analizar la política de YouTube y Twitter de estados y publicaciones canadienses rotativas, ligas financieras en Estados y Gobiernos, y cuentas políticas, diplomáticas, periodísticas y vehículos informativos, también asociados a Estados y Gobiernos. Aparte de las reflexiones sobre la crítica a la economía política y los estudios de medios sobre las plataformas y el plataformismo, mostraremos cómo dirigir las empresas a las raíces no siendo claras las motivaciones, criterios e impactos de estas. Se concluye que la arrogancia para ser un periódico neutral, como plataformas participa activamente en la construcción de un imaginario sociopolítico.

Palavras-chave: Plataforma. Capitalismo de vigilancia. Platformización. Economía política.

Resumen

Este artículo analiza la etiqueta de YouTube y Twitter en canales estatales y públicos, incluye estados financieros sobre estados y gobiernos, y sobre perfiles de políticos, diplomáticos, periódicos y medios de comunicación, así como asociarlos con enlaces.. de la economía política y los estudios de medios y plataformas, mostraremos los peones de las empresas por las etiquetas y su claridad sobre las motivaciones, criterios e impacto del medio. Se concluye que, para publicitar un papel neutral entre sí, las plataformas participan activamente en la construcción de un imaginario sociopolítico.

Palabras clave: Plataforma. Capitalismo de vigilancia. Platformización. Economía política.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar la política de YouTube y Twitter de etiquetar canales estatales y públicos, financieramente relacionados con estados y gobiernos, y cuentas de políticos, diplomáticos, periodistas y medios de comunicación, también asociados con estados y gobiernos. A partir de las reflexiones aportadas por la economía política crítica y los estudios de medios sobre plataformas y plataformización, mostramos cómo las directrices de las empresas para el etiquetado no son claras sobre sus motivaciones, criterios e impacto de la medida. Se concluye que, a pesar de reclamar para sí un papel neutral, las plataformas participan activamente en la construcción de un imaginario sociopolítico.

Palabras clave: Plataforma. Capitalismo de vigilancia. Platformización. Economía política.

Era la segunda celebración de diciembre de 2020, justo antes del nuevo mes de Manhattan, en el momento en que gran parte de la población vivía los domingos, así como en el período letón en escuelas y universidades y con relaciones de tiempo de trabajo, cuando sobre 1, 5 facturas de cuentas de correo electrónico publicadas para ar, videos en YouTube para cargar, archivos de documentos y fotos cargadas para nuevas fotos entrantes. Si no hay inicio de sesión ni inicio de sesión, solo superado por los servicios de respuesta proporcionados, hay un problema con el problema. Foi "o dia em que Google quase parou a Terra", definiu o jornalista Pedro Dória em sua coluna no caderno de Economia de*El Estado de São Paulo*.La misma revista no brinda un sustento adecuado a la dependencia de los servicios que brinda la población mundial, sino también a los recursos económicos de que disponen quienes dependen de ellos. Si no es la primera inestabilidad del sistema y, seguro, no durará. Entrevistador, falar sobre estos aspectos y se abrirá la superficie del problema.

La digitalización y la automatización de aspectos más básicos de la vida actual tienen ventajas y desventajas, no se pueden descuidar. Poder-se-ia imaginar que, daqui a alguns anos, uma falha semelhante seria capaz de não apenas interromper aulas e trabalho, com também parar automobeis na rua ou mesmo trancar pessoas dentro de casa, já que carros autonomos et casas intelligens s an inescapable futuro.

Este trabajo forma parte de las discusiones sobre las plataformas y el proceso relacionado con el platforming, que ha sido realizado directamente por empresas en el mundo y ha sido realizado de manera muy concentrada por empresas estadounidenses y, más recientemente, por empresas chinas. Gillespie (2010) cree que, en lo que respecta a las emisoras de televisión y los editores comerciales, así como las plataformas que cubren sus responsabilidades y, para cumplir con los problemas financieros, culturales y regulatorios, estas empresas trabajarán políticamente y desincentivarán las tecnologías y tecnologías. .

Con el objetivo de restablecer un entorno económico menos depredador y concentrado en nuestros meses de Facebook y Google, la Unión Europea y la EUA avanzan en leyes antimonopolio. En China, hay una gran cantidad de plataformas que funcionan internacionalmente (Weibo, Weixin, etc.) y otras que se están expandiendo globalmente (Alibaba, WeChat y TikTok), o el gobierno está proponiendo nuevos regímenes para reducir el comportamiento anticompetitivo. A partir de diciembre de 2020, el organismo regulador monopólico del país asiático tendrá varias empresas de lectura de Internet (Alibaba, Tencent China Literature y Shenzhen Hive Box Technology) sin adquisiciones adecuadas antes de nuevas decisiones antimonopolio (WEI, WEI).

Sección XXI, cuando se fijan las fechas que serán fundamentales para el funcionamiento de la economía global, ya que las plataformas tecnológicas brindan proyección con un nuevo modelo de negocio, que se expande con carácter

1 Sin original: “Una nueva ordenanza económica que realza la experiencia humana como una práctica principal para los secretos comerciales de extracción, suministro y venta”.

2 Sin original: “infraestructuras digitales (re)programables que facilitan y configuran interacciones personalizadas entre usuarios finales y complementadores, organizadas a través de la recopilación sistemática, el procesamiento algorítmico, la monetización y la circulación de datos”.

retórica monopólica que se sustenta en el capitalismo de plataformas (SRNICEK, 2018). Zuboff (2019) transmite el fenómeno del capitalismo de vigilancia y la distancia que no es una nueva tecnología, sino una lógica que permea la tecnología y la transforma en acción. O de un nuevo orden económico que utiliza la experiencia humana como materia.
- principalmente para las prácticas comerciales de extracción, predicción y venta ”[1] (ZUBOFF, 2019, p. 12, traducción nossa).

Para analizar las tecnologías de la información y la comunicación del nuevo régimen de acumulación capitalista, Barreto y Valente (2020) afirman que como plataformas digitales brindan infraestructura y tecnologías básicas en los procesos de digitalización que requieren 4 Industrial, mercado de economía de datos, inteligencia artificial y nueva computación .

Convenience es una plataforma para una amplia gama de empresas, tanto en múltiples ubicaciones como transporte, alojamiento para viajes, trabajo o incluso redes sociales. Las plataformas pueden definirse como “infraestructuras digitales (re)programas que facilitan y moldean interacciones personalizadas entre usuarios finitos y complementarios, organizando el collet sistemático, el procesamiento algorítmico, la monetización y la circulación”[2] (POELL; NIEBORG; VAN DI-JCK, 2019, p. 3, traducción nossa). El término se origina en diferentes áreas semánticas - computacional, arquitectura/ ingeniería, figurativa y política
- y, como el tiempo, suelen tener sentimientos amplificados, resultando muy flexibles hasta el punto de, como los negocios, poder atraer a varios pobladores. Como metáfora, el uso de la palabra plataforma implica la transferencia de otros significativos, estableciendo una comparación implícita. Enviar assim, la plataforma puede ser un lugar para caer, socializar, vender y muchos más, un término al mismo ritmo específico y vagamente (GILLESPIE, 2010, 2017).

Esta flexibilidad permite a las empresas construir sobre un terreno de aparente neutralidad, ignorando que sus servicios pueden tener impactos estructurales así como arreglos internos preestablecidos en plataformas que no son del todo visibles para nosotros, pero que también nos ayudarán a pelas.plataforma.
Estas enormes estructuras digitales se presentan como espacios planificados y abiertos, deixande propositivamente con el propósito de visualizar su carácter multifacético y complejo, o que pueden ayudar a los vulnerables con preguntas sobre la interferencia en el discurso público (GILLESPIE, 2017). Con base en diferentes perspectivas académicas, Poell, Nieborg y Van Dijck (2019) proponen pasar a la plataforma como proceso de litigio
por ciertoformas como las infraestructuras digitales, los procesos económicos y las estructuras gubernamentales vinculadas a la plataforma penetran en diversas esferas económicas y de la vida, reorganizando las prácticas culturales e imaginativas y transformando las plataformas.

3Ver Doria (2020).

En 2020, como empresas de tecnología americana, chamadas de*grandes tecnologías*, registrando una fortuna de mil millones de dólares en plena pandemia de Covid-19, también me gustaría plantear el tema de la paz cruda, europea e incluso de la UE, acusada de ayudar a distorsionar el debate público. Estas preguntas son acerca de ser capaz de determinar el valor.

En los últimos años, los ejecutivos Jack Dorsey (Twitter), Mark Zuckerberg (Facebook) y Sundar Pichai (Google) han estado realizando debates críticos en los parlamentos estadounidenses sobre diversos temas políticos y audiencias durante el período electoral norteamericano. Los republicanos nos acusan de censura deliberada de contenido conservador porque los demócratas lo exigen pero agilizan la retirada de contenido falso. La audiencia fue convocada para discutir una audiencia en la Sección 230 de la Ley de Comunicaciones de EUA, que no garantiza que las empresas de tecnología o medios no sean responsables del contenido que comparten sus usuarios. El senador republicano Ted Cruz preguntó*director ejecutivo*(CEO) en Twitter sobre el destino de un informe reciente de*el correo de nueva york*quien levanta sospechas sobre Hunter Biden, hijo del candidato presidencial de EUA Joe Biden, con justificación de haber sido atrapado por*piratas informáticos*. Cruz exclama: "¿Qué diablo o los elecoo no mandan que los medios tengan permiso para divulgar y que el pueblo estadounidense tenga permiso para escuchar?" (CARVALHO; BAPTISTA, 2020).

Hablando del juego de la representación política, la frase del senador lanza por un aspecto fundamental que es un debate público sobre las plataformas tecnológicas y la discusión sobre qué impacto tiene esto en las democracias e incluso en la construcción del imaginario social y su representación. Como corporaciones, son financistas, son tecnología, son un poder sistemático y capturan “diversas dimensiones de expresión y ejercicio del poder”, “una nueva dinámica dinámica, o una nueva arquitectura de poder que realmente existe” (DOWBOR, 2017, 115).). El poder de las corporaciones no está abierto a los negocios, paralelo a la política; es propiedad de un poder político (DOWBOR, 2020).

Analizando Twitter, Rossetto, Carreiro y Almada (2013), reconocemos este discurso social como una forma valiente de compartir la opinión pública y señalar que el partido político ha incrementado el activismo y volcado hacia sus usuarios más cuestionados, curiosos e informados. Para que podamos compaginar el papel de los discursos sociales para conectar y dar visibilidad a personas y causas, repercutir en deseos e intuiciones, o incluso provocar rumores y alimentar audios, imponer análisis como plataformas injerencistas o reinventar el debate.[3]no soporta más de uno de sus algoritmos matemáticos, así como directorios constantemente actualizados.

El vestuario corporativo tiene un comportamiento más reactivo que lo ético de la tecnología. Presionado, marcado por Mark

4 Más información en Junta de Supervisión (2021).

Zuckerberg publicó varios anuncios diarios de EUA y Europa a favor de la regulación y la creación, en mayo de 2020, del Comité de Supervisión - la Junta de Supervisión[4]- para evaluar publicaciones controvertidas publicadas en Facebook e Instagram. Su función será ayudar a la plataforma a decidir qué quitar, qué permitir y por qué, garantiza el derecho a la libertad de expresión. El Comité, durante la fase de implementación, contará con 40 integradores de diversas partes del mundo y diferentes áreas de experiencia, que estarán vinculados a la empresa, y contará con el apoyo de un fondo de Facebook por valor de $ 130 millones. Si el Comité considera la independencia, entonces es para este propósito, más, ahora, la iniciativa está directamente ligada a la forma en que la corporación construye o hace cumplir visiones de propiedad mundial de acuerdo con sus intereses.

Las acusaciones de abreviar y amplificar los discursos extremistas, distorsionar el debate político e influir en las elecciones en partes del mundo, YouTube y Twitter tienen que ver con responder a las críticas y proteger el proceso de negociación. Adoptando nuestras reflexiones sobre plataformas y plataformas (GILLESPIE, 2010, 2017; POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2019), este artículo demostrará la opacidad y la contradicción de un medio agregado por las dos empresas para rotar los contactos entre los dos oradores y la información. organizaciones asociadas a Estados y Gobiernos (en Twitter) y lienzos financiados por Estados y Gobiernos (en YouTube) con intuito, convenio con plataformas, contextualizar mejor las cuentas.

El presente análisis se basa en nuestras cartas y textos disponibles en línea en plataformas para explicar acciones y observaciones a medida que se aplican los medios. Nuestros dos casos, no tenemos claras las motivaciones, criterios ad hoc e implicaciones de los directorios. Tampouco es explícito en que sus principios principales son los Estados y los Gobiernos, y que puede interpretarse como una renuncia a las verdaderas intenciones de los editores y desconoce que los intereses privados tienen sus propios intereses y nos pueden ayudar a comprenderlos mejor. que leem o veem. En ambos casos, como empresas evitan fallos en el contenido, que pueden fragilizar su argumento de neutralidad. Apoyamos, sin embargo, que cuando se trata de plataformas prepotentes por ser una especie de curaduría, sin injerencias *a priori* de algoritmos, pero de una forma que puede impactar en el uso de estos, la fragilidad no es más que el argumento de una supuesta neutralidad.

Política de etiqueta de Twitter

A partir del 6 de agosto de 2020, Twitter lo anunció en su *Blog* que iria rota cuentas como parte de una política que se inicia, previamente, con

el banimento, en 2019, de propaganda política y anuncios financieros por parte de Estados. La iniciativa consiste en destacar las oficinas de los funcionarios gubernamentales y sus representantes, incluidos los Ministerios de Relaciones Exteriores, Instituciones, Embajadores, Votantes y Principios de las Relaciones Diplomáticas y Medios de Comunicación del Estado, así como nuestros altos ejecutivos y equipos. Además de la etiqueta de etiqueta, la plataforma no está incluida en las cuentas del mercado y no tiene ningún sistema de recomendación, al menos tiene la capacidad de amplificarlo. Esto reduce las posibilidades de que sus cuentas aparezcan en nuestros resultados de búsqueda, notificaciones y línea de tiempo del usuario.

En un principio, las rotaciones se aplicaron a las cuentas de los cinco miembros permanentes del Consejo de Seguridad de la ONU -EUA, China, Rusia, Reino Unido y Francia-, pero una plataforma opina que la lista debería ampliarse. Sin embargo, no está claro cómo la plataforma cumplirá con los criterios de la escuela. El concepto de medio afiliado a un Estado se define en Twitter como:

> [...] Me refiero a que el Estado ejerce control sobre el contenido editorial a través de mis recursos económicos, presiones directas o indirectas y/o control sobre la producción y distribución. (TWITTER, 2021b)

Una página dedicada a la política de anuncios, la plataforma informa que los medios afiliados en los Estados no pueden comprar anuncios, incluso si su contenido puede ser promocionado. El siguiente texto tiene una definición ligeramente diferente:

> [...] organismos en los que el Estado ejerce control sobre el contenido editorial por medio de recursos financieros, presiones políticas directas o indirectas y/o control sobre la producción y distribución. A diferencia de los medios independientes, los medios afiliados al Estado utilizan la frecuencia y la cobertura como forma de promover el poder político. (TWITTER, 2021d)

Ainda en su página de directorios, una plataforma que significa que el medio es una forma de relaciones geopolíticas públicas tienden a tener un contexto sobre el origen del medio y los intereses que representa. Entrevistador, al hacer clic en nuestro rota, el internet se entrega a una página que explica superficialmente esta política de la empresa y lo que es posible acceder a la Transparencia de Twitter (2021c). Énfasis en la transparencia, informe de un canal*nueva asia*(CNA), con datos de la agencia Reuters, afirma que la plataforma se ha negado a proporcionar una lista completa de cuentas pagas (TWITTER..., 2020).

Puede soportar Twitter justificable, que por definición de negocio se contextualiza como una plataforma que brinda transparencia en base a criterios exclusivos de negocio y no tiene un conjunto de relaciones relacionadas o texto que le permita enunciados. Logo, una empresa de tecnología, de

su visión del mundo y sus intereses, la idea de neutralidad y su coloquialismo como servicio abierto a la conversación, también como agente en el proceso geopolítico global.

Se muestra una etiqueta en el perfil y nuestros archivos se envían y comparten a través de estas cuentas y consisten en un pequeño icono del púlpito (chamado de podcast después de la traducción de Twitter para el portugués) bajo la inscripción "Medios afiliados al Estado" o un al inscripción "Conta do gobernador" sino el nombre del país. Cuando Internet hace clic en una determinada imagen, se envía a la página de Directores y Política General, en la que es posible hacer una explicación sobre la política de rotulos. En el caso de China, la frase que inicia el texto es: *"En China, el acceso blockchain a Twitter es común para los usuarios. Creemos que las personas se benefician de una mejor contextualización de la interacción con cuentas y afiliados del gobierno chino en los Estados Unidos".* (TWITTER, 2021b, página griffin).

En el caso de otras cuentas de mercado, como en el caso de Russian RT, no se hizo mención de ellas. La etiqueta contiene información sobre los países a los que está afiliado y la utiliza un representante del gobierno o un medio de comunicación afiliado a un estado.

La inserción de un texto inicial diferente a las directivas de China podría llevar al siguiente aspecto: la empresa Twitter expresó la imposibilidad de ampliar su mercado entre los internautas chinos, lo que explica claramente por qué la censura china está restringida por motivo de guerra comercial entre EUA y China o incluso el fracaso de una soberanía digital, sí que los países asiáticos tienen una política propietaria de internet. Cabe da como resultado que la población china utilice plataformas de plataformas occidentales y occidentales, como Weibo, una especie china de Twitter. No ofrece solo el contexto, la empresa norteamericana no tiene posibilidad de censura por parte del gobierno chino, mientras que sobre el terreno la plataforma está tomando decisiones unilaterales unánimemente con sus intereses comerciales.

Las cuentas personales de los gobernadores, como el expresidente de los Estados Unidos, Donald Trump (@realDonaldTrump), que tiene 88,6 millones de seguidores, no han sido rotadas, parecen haber sido representadas por otros mercados de Trump, así como información controvertida. Sí a la cuenta oficial de la presidencia, @POTUS45, con 33,1 millones de seguidores en diciembre de 2020, recibió una etiqueta de cuenta de gobierno. Una justificación para la plataforma de cuentas personales no rotativas de los chefs del Estado es que son ampliamente reconocidos y prestarán atención a los medios y la opinión pública. Fue precisamente en su cuenta personal, amplificada por la plataforma, que Trump hizo publicaciones infladas que incidieron en el debate político mundial, incluyendo el perfil oficial de la reunión de la presidencia con cheques poscontrolados como potencial ofensiva.

Lanzado en 2021, un episodio que demuestra cuán cuestionable es la política de Twitter. El 8 de enero, la plataforma fue suspendida permanentemente del contacto personal de Trump.[5] dedicado "al riesgo de más incitación a la violencia", según cientos de simpatizantes de la invasión del Capitolio dos días antes, cuestionando la victoria de Joe Biden. Trump usó el discurso social para apoyar a los manifestantes contra lo que llamó un "robo electoral". Ante la muerte de cuatro personas en protesta y reacción negativa, el expresidente habría vuelto con sus declaraciones, pero llegó tarde. Sua verborragia digital gerou comparte tanto en Twitter como en Facebook.

Otra fragilidad de estas políticas de etiqueta es la del discurso de la Voz de América[6], un servicio de medios bancarios bajo la Unidad de Gobierno y creado en 1942 para reunir como un tropo, sin recibir ningún arraigo, siendo activo en la geopolítica global y teniendo pruebas. Applebaum (2020) afirma que, bajo la presidencia de Donald Trump, fue nombrado director general de la EUA Agency for Global Media (USAGM) Michael Pack, un profesional que ha recibido aviso previo en la radiodifusión internacional. Pack reemplaza todos los consejos bipartidistas de las organizaciones globales de agencias de medios por sus individuos, selecciones, apartamentos, aperturas ideológicas. Otro episodio, emitido en 2019, por Radio Martí, que se transmitió a Cuba, reveló material de conspiración y antisemitismo sobre el emperador multimillonario George Soros, frecuentemente asociado con teorías de conspiración. Caso Nesse, oito pessoas acabaram demitidas.

Subir contenido a YouTube

Lanzado en YouTube en 2018, un mecanismo de registro, que está abierto a los medios de comunicación públicos o corporativos financiados con fondos públicos: el "Panel de información comercial periodística". El recurso es un logo exhibido del videoclip y se caracteriza por indicar el origen de la financiación del canal y presentar una *Enlace* Haga clic aquí para leer más sobre Wikipedia con información sobre este medio. En aras de la claridad, Internet tiene la opción de decir que es un caso de dolor, envío, nesse, redirigido a una página de soporte de la plataforma. Si no utiliza estos recursos, no podrá acceder a ellos a menos que haya videos para ver, así como los resultados de la búsqueda de YouTube, o incluso si tiene acceso a Internet o al canal o cualquier contenido compartido. El remedio está disponible en algún momento para 27 países o una plataforma que justifica la política afirmando que su objetivo es:

> [...] brindar más información para ayudarte a aprovechar al máximo el contenido periodístico que miras en YouTube. Este recurso se basa en la información proporcionada por Wikipedia y otras fuentes independientes. El contenido editorial no es un comentario de YouTube en el consejo editorial.

5 Tras la prohibición de su cuenta personal, Trump usó la cuenta del gobierno @ POTUS45 para guardar las secuelas en una plataforma alternativa. Cuatro de los dos fueron eliminados y no pudieron ser identificados como el presidente Trump 45 Archivado. La cuenta de gobierno anterior de Barack Obama, @ POTUS44, fue identificada como President Obama.

6 A Voice of America (VOA) integra a USAGM (US for Global Media) juntamente con Radio Free Europe / Radio Liberty (RFE / RL), o Office of Cuba Broadcasting (OCB), a Radio Free Asia, a Middle East Broadcasting Networks y el Open Technology Fund, que financian tecnologías para, en tesis, la Internet más liberalizada. USAGM afirma que su misión es informar y conectar a personas de todo el mundo para apoyar la libertad y la democracia.

7 Más información en Google (2020).

8 Información retenida del sitio oficial. Más información en Euronews (2021).

videos o noticieros, no bajo la influencia de la oficina de un administrador de correos.[7]

Dentro de la plataforma de video, hay dos formas de canales de medios: una que indica que hay un servicio de oratoria de su lugar y otra que indica que el canal está financiado en forma privada o en su totalidad por el gobierno de dichos países. No encontré ninguna explicación en YouTube sobre cómo cumplí con los criterios o qué se usó para definir los medios estatales y públicos. De acuerdo con YouTube, la pena no afecta los recursos, ni siquiera la calificación para la monetización de los videos.

Logotipo que se lanzó, todavía estaba disponible en canoas. Un reportaje publicado en Brasil en el sitio Tecmundo (MÜLLER, 2018) identifica marcas abiertas en videos de RFA (Radio Free Asia) y RT (Russia Today). No hay mención de los directorios de la plataforma respecto a la cantidad de canales o terrenos en medio de la nada, pero la aparición aparece en canales públicos y estados de todos los continentes, a excepción de la Antártida. La financiación de los medios para iniciativas privadas no es la única forma de promover la política de YouTube y no se mencionan dichas páginas de plataformas, ya que también tienen motivaciones políticas, incluso si no lo son.

Nesse envió, es probable que se observe una fragilidad en la política de rotación de YouTube para el canal internacional de notificaciones Euronews, transmitidas en años, inglés, francés, alemán, griego, húngaro, italiano, persa, portugués, ruso, español y turco. Creado en 1993, en Francia, para dar al mundo una perspectiva europea, el canal ganhou, en 2016, un comunicado de prensa - AfricaNews, la única emisora internacional de noticias dedicada al continente. En la plataforma, en lo que respecta a AfricaNews, Euronews se comercializa como partidista o totalmente financiado por la Unión Europea.

Ahora que ha sido o es financiado a través de naciones del bloque económico, Euronews SA reúne actualmente a 25 accionistas: Media Globe Networks, que tiene el control accionario del 88%, y un grupo de radiodifusores públicos y autoridades locales con el 12% restante por: CT (República Checa), CyBC (Chipre), ENTV (Argélia), ERT (Grecia), TT (Túnez), NMA (Egito), France Télévisions (Francia), PBCU (Ucrania), PBS (Malta), RAI (Italia), RTBF (Bélgica), RTE (Irlanda), RTP (Portugal), RTR (Rusia), RTVSLO (Eslovenia), SNRT (Marruecos), SSR (Suiza), TVR (Rumania), TV4 (Suecia), YLE (Finlandia), Metrópolis de Lyon, departamento de Rhône, región de Auvernia - Ródano-Alpes, ADMIC (Abu Dabi)[8].

Además de no tener que lidiar con la complejidad de intereses, no es un grupo de accionistas, o se está viviendo con una idea errónea sobre la financiación de Euronews, eso sí, como parte del negocio es, desde 2015, control privado, pero concretamente de Media Globe Networks, empresa de la familia Sawiris, realizada por el multimillonario egipcio Naguib Sawiris. La empresa, que era accionista mayoritaria, compró, en 2020, el 25% de las acciones de la UE

ronews pertenece a la norteamericana NBC, que está afiliada a Sky, ambas de Comcast, para lanzar NBC Sky World News al mercado internacional.

YouTube no tiene definiciones y criterios claros para definir su diseño, mientras que la definición entre medios públicos y estatales es bastante compleja. Disfraz-definido como estatal financiado por verbo gubernamental con control editorial son nuestros meses de Estado, y, como público, financiado con dinero público, donaciones o incluso impuestos a pagar a los ciudadanos, con negocios centrales así como foros de una lógica económico-comercial y foros de cualquier intervención que no tenga dos ciudadanos. En la práctica, es evidente que el grado de injerencia de los gobiernos es muy variable incluso en los países europeos, mientras que el sistema de televisión pública es más anticuado y bien estructurado. Cabe señala que, en Europa, la radiodifusión de servicio público está vinculada al aparato gubernamental.

En América Latina, los debates públicos sobre la radiodifusión se sustentan en dos ideas reflexivas: una visión europea y otra norteamericana. De hecho, se basa en los hechos que se toman en cuenta en relación con la relación con el Estado y las funciones que éste tiene que cumplir. Para analizar 140 emisarios del subcontinente clasificados como públicos, Bianco, Esch y Moreira (2012) tenemos la existencia de dos criterios definitivos: emisores que están sujetos al control del Estado directa o indirectamente, mediante concesiones que nos son útiles. y universidades públicas, y emisarios que reciben financiación pública.

Leal Filho (1997) argumenta que “la autonomía absoluta de los emisarios en relación a los gobiernos no existe. Lo que varía es el gris de la interferencia” (LEAL FILHO, 1997, p. 20). La independencia no está ligada a la cuestión del financiamiento, sino también a la estructura de decisión y control del emisor, ya los órganos reguladores y tributarios (LEAL FILHO, 1997; MAURICIO, 2012).

Tras el lanzamiento de YouTube, se ve como una política rompedora pero también opaca esa política de etiqueta de Twitter y, además, tiene un intento de eliminar la construcción y reorientar la idea de que el capital privado puede ser neutral o absolutamente transparente por el contrario del Estado, sujeto a intentos. en la propaganda político-ideológica.

provocaciones finlandesas

En vista del rápido avance de las plataformas y diferentes aspectos de la vida social y política de las personas, este artículo procura como un medio ineficaz como una rotación de cuentas debe ser observada, cuestionada y retirada de cualquier territorio no tiene claridad sobre el papel o la responsabilidad de las empresas tecnológicas en el ámbito de la comunicación. Se propone que este trabajo sea criticado por dos acciones específicas

Vídeos de Twitter y YouTube para tratar de comprender cambios complejos en curso y discutir su fragilidad, inconsistencias e inconsistencias, y el impacto que puede tener en la vida en sociedad y en el imaginario de los ciudadanos cuando el poder político se va al barrio financiero y tecnológico. Dowbor (2020) afirma que el mundo funciona de manera sistemáticamente disfuncional en lo que respecta a la estructura económica global. Algumas veces, la propia soberanía de un gobierno es dejar respuestas no a la población que elegeu, y sim para los financieros intereses del mercado, que pueden calificarlo como digno de ser suficientemente satisfecho.

Los Estados y las corporaciones saben que el control o construcción de consensos es una poderosa herramienta para capturar el poder político (CHOMSKY; HERMAN, 1998; CHOMSKY, 2013; DOWBOR, 2017). Por eso, observar las modas como Twitter y YouTube o la construcción y naturalización de una visión del mundo específica y superficial es fundamental. Como lo demuestra Gillespie (2010, 2017), trabaja como un juego de plataformas político y discursivo para obtener sus servicios y tecnologías y, para este fin, tenemos un aparato complejo de moderación y gobernanza que impone directivas, intervenciones e intervenciones adecuadas. Nesse sentido, Poell, Nieborg y van Dijck (2019) enfatizan la necesidad de construir infraestructuras no financieras, procesos económicos y estructuras gubernamentales de las plataformas,

En la política de etiqueta de Twitter, una plataforma de la empresa que ayuda a rastrear el contexto geopolítico al usuario, pero, en este caso, su visión es hacer una separación equitativa e insuficiente entre cuentas personales y oficiales, excepto en los casos en que el presidente Donald Trump. También tenemos que rastrear el contexto en el que no contactamos a la Voz de América incluso desde que los medios de comunicación de uso público hacen propaganda. El caso Nesse puede, incluso, cuestionar si el poder de la corporación no se ve favorecido por su originador, sí que Twitter acredita que los usuarios estarán más informados que el principal adversario económico de EUA, en China, blockchain o plataforma de acceso en su territorio.

Embora exalta la cuestión de la transparencia y el establecimiento de criterios palpables en la selección de cuentas etiquetadas, o *microblog* Tampoco proporcionó una lista completa de las solicitudes de los periodistas para el lanzamiento de la ferretería. En la Página de Transparencia (TWITTER, 2021c), el usuario aparece con el siguiente mensaje en inglés: *"Twitter apuesta por el intercambio abierto de información"* (Twitter está comprometido con la necesidad de intercambiar información). Todo el contenido relacionado está en inglés y tratado.

la naturaleza y cantidad de requerimientos de información hechos sobre negocios, denuncias de cuentas y mi uso de la plataforma, entre otras cosas. De ser así, el usuario especifica el uso mínimo del idioma inglés para navegar o solicitar la traducción de inteligencia artificial de Google. Sin embargo, estos temas no están directamente relacionados con la transparencia en el contexto de que la plataforma es importante para el usuario, aunque tiene muchas herramientas para posicionarse como una de intereses políticos específicos.

No tiene, dentro de la plataforma, ningún texto que explique, objetivamente, los motivos que hemos emprendido para hacer política o incluso los criterios para la escolarización en tierras rotativas. La decisión de seleccionar a los miembros permanentes del Consejo de Seguridad de la ONU de su alianza al definir la afiliación de los medios con Estado o Twitter establece que, a diferencia de los medios independientes, se utiliza con frecuencia para promover una agenda política. Aquí hay algunas preguntas: ¿Qué clasifica Twitter como medio independiente? ¿Tampoco tiene poder para seguir una agenda política? ¿El Estado no tiene una agenda política? ¿Hay una agenda política? Para clasificar cuál es una agenda política, ¿tiene una plataforma que no promueve su agenda política y económica? Para establecer sus directorios, la plataforma evita decir que hay contenidos rotativos, sí que una parte de su justificación para afirmar neutralidad es que no produce contenidos, conexión abierta y servicios. Encontraremos aquí un ejemplo de la metáfora de Gillespie (2010; 2017), una plataforma como término que define el mismo ritmo específico y vaguedad.

En el caso del video elaborado en YouTube, existen otras vulnerabilidades, pero la parte principal del destino de la empresa no está clara, ya que cumple con los criterios de rotación y no define una diferencia entre financiamiento público o estatal. Esto se debe al fracaso del rotulagem, por ejemplo, del canal Euronews, que es financieramente equivocado y de mayoría privada, pero parece estar parcial o totalmente financiado por la Unión Europea. La plataforma también ignora que la financiación privada también está motivada por intereses, aunque no se exprese con claridad. Estos puntos son fundamentales para ayudar al usuario a comprender mejor las fuentes de contenido y los objetivos presentados en la plataforma de marketing. Assim como en el caso de Twitter, en YouTube no había que buscar una lista de los lienzos rotulados,

Finalmente, la fermentación se presentó como un “Panel Informativo Periodístico”, sin embargo, al rotar al inicio de la financiación, la decisión de la plataforma puede interpretarse como una insinuación de que los canarios pueden ser utilizados para propaganda, entrevistador o término. no aparecen en el texto de estos directorios. Una plataforma resaltada

Este no es un comentario hecho por YouTube sobre el consejo editorial de videos o la toma editorial de la compañía sobre la influencia editorial de nuestras publicaciones, y utiliza información disponible en Wikipedia y otras fuentes independientes, que no especifica qué fuentes en serie o cuasi series son los criterios de definición de independencia. El propósito de la plataforma indica cuán bien informada es la fuente del lienzo, una enciclopedia en línea abierta y colaborativa, en Wikipedia, también cuestionable, sí, los verbos pueden ser alterados por cualquier usuario registrado en su sitio.

Analizando los criterios aparentes utilizados en la política de etiqueta de Twitter y el "Panel de información comercial periodística" demostrado por YouTube como una plataforma directiva que puede proteger los intereses de los usuarios, pero es menos transparente que eso. Podemos ser más limitados con los intereses de la corporación corporativa que con los del usuario. Enviar a plataformas de empresas privadas, ¿dónde puedo elegir Estados y Gobiernos a dónde ir? En el caso de las empresas privadas de medios de comunicación no tiene su necesidad? YouTube dice que el objetivo del pintor es proporcionar información al usuario, así como fuentes de información, así que mantén este documento para Wikipedia, con su estructura colaborativa. Si es así, la información no es responsabilidad de YouTube. Importante señalar que el dolor no interfiere con la monetización de los videos; enviar assim, una plataforma de transparencia simultánea con el fin de eliminar responsabilidades y, al mismo tiempo, preservar la moneda de cambio.

Concluyo, por lo tanto, que establecer criterios vagos o insuficientes para los autores de los contenidos publicados en sus plataformas, ya que las empresas tecnológicas están activas en la construcción de un imaginario sociopolítico para compartir sus intereses privados con otros intereses. En la actualidad es una plataforma de centros de discusión sobre la regulación de sus servicios y prácticas de gobernanza, aunque no cuenta con mecanismos de control social y entidades públicas, pero también con una urgente necesidad de reflexionar sobre el tipo de sociedad que estamos construyendo.

Referencias

APPLEBAUM, A. La Voz de América sonará como Trump.**El Atlántico**, 22 jun. 2020. Disponible en:https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/06/ voice-america-will-sound-like-trump / 613321 / . Acceso em: 13 dic. 2020.

BARRETO, HM; VALENTE, JCL Las TIC papales no tienen nuevo régimen de acumulación de capital. En: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVERSORES EN COMUNICACIÓN, 15., 2020, Medellín.**anales** [...]. Medellín: ALAIC, 2020. Disponible en:https://www.researchgate.net/ publicación / 348732888_O_papel_das_TICs_no_novo_regime_de_acumulacao_capitalista . Consultado el 1 de diciembre. 2020.

BIANCO, NR del; ESCH, CE; MOREIRA, SV La radiodifusión pública: un desafío conceptual para América Latina.**Revisión de Estudios en Comunicación,** un. 12, pág. 151-176, diciembre. 2012. Disponible en:http://ec.ubi.pt/ec/12/ . Consultado el: 29 de diciembre. 2020.

CARVALHO, L.; BAPTISTA, R. Teatro big techs teatro para senadores EUA antes de las elecciones.**UOL de inclinación**, 28 fuera. 2020. Disponible en:https: // www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/10/28/em-audiencia-politicos- - cobram-ceos-de-facebook-twitter-e-google.htm . Consultado el: 29 de noviembre. 2020.

CHOMSKY N.**Medios de comunicación**: propaganda política y manipulación. São Paulo: Editor WMF Martins Fontes, 2013.

DORIA, P. En Facebook reinventar el debate público.**El Estado de São Paulo**, 7 de mayo de 2020. Disponible en:https://link.estadao.com.br/noticias/geral,o-facebook-reinventa-o-debate-publico,70003295830 . Consultado el: 01 dic. 2020.

DOWBOR, L.**Una era de capital improductivo**. São Paulo: Autonomía Literaria, 2017.

DOWBOR, L.**El capitalismo está en declive**: novas arquiteturas sociais. São Paulo: Ediciones Sesc São Paulo, 2020.

EURONOTICIAS.**Sobre nosotros,**2021. Más información en:https: //pt.euronews. es / acerca de . Consultado el: 17 de diciembre. 2020.

GILLESPIE, T. La política de las 'plataformas'.**Noticias Medios y Sociedad**, v. 2, s. 3, pág. 347-364, 2010. Disponible en:https://journals.sagepub.com/doi/ 10.1177/1461444809342738 . Consultado el: 20 de enero. 2021

GILLESPIE, T. La metáfora de la plataforma, revisada.**Blog Sociedad Digital**, 2017. Disponible en:https://www.hiig.de/en/the-platform-metaphor-revisited/ . Consultado el: 20 de enero. 2021

GOOGLE. Panel informativo sobre periodismo.**Ayuda de YouTube**, 2020.Disponible:https://support.google.com/youtube/answer/7630512 . Consultado el 20 de noviembre. 2020.

LEAL FILHO, L.**La mejor televisión del mundo:**el modelo de televisión británico. São Paulo: Summus, 1997.

MAURICIO, P.**Conflictos en la TV digital brasil**. Río de Janeiro: Ed. PUC- - Río; Apicuri, 2012.

MÜLLER, L. YouTube viene a alertar a los usuarios sobre videos patrocinados por el gobierno.**Tecmundo**, 2 feb. 2018. Disponible en:https://www.tecmundo.com.br/ internet/126850-youtube-comeca-alertar-usuarios-videos- - veiculos-estatais.htm . Consultado el: 17 de diciembre. 2020.

JUNTA DE SUPERVISIÓN.**página de inicio**. Disponible en:https:// www.oversightboard.com . Consultado en: 15 dic. 2020.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformización.**Revisión de la política de Internet**, 2019, v. 8, s. 4. Disponible en:https://policyreview.info/concepts/platformisation . Consultado en: 07 dic. 2020.

ROSSETTO, G.; CARREIRO, R.; ALMADA, MP Twitter y Comunicación Política: Límites y Posibilidades.**Política,**v. 3. norte 2, 189-216, 2013. Disponible en: https://doi.org/10.21878/compolitica.2013.3.2.49 . Consultado en: 10 dic. 2020.

SRNICEK, N.**Capitalismo de plataforma**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

GORJEO. Acerca de las etiquetas de cuentas de medios afiliados al gobierno y al estado en Twitter.**Pautas de uso de la plataforma**, 2021a. Disponible en:https://help.twitter.com/rules-and-policies/state-affiliated . Consultado el: 14 de diciembre. 2020.

GORJEO. Sobre etiquetas en las cuentas de medios gubernamentales y afiliados al Estado en Twitter.**Centro de Ajuda**, 2021b. Disponible en:https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/estado-afiliado-china . Consultado el: 20 de enero. 2021

GORJEO. Informe de transparencia de Twitter.**Centro de transparencia de Twitter**, 2021c. Disponible en:https://transparencia.twitter.com/ . Consultado el: 14 de diciembre. 2020.

GORJEO. medios estatales.**Negocio**, 2021d. Disponible en:https://business.twitter.com/pt/help/ads-policies/ads-content-policies/state-media.html . Consultado el 19/11/2021.

TWITTER etiqueta medios estatales, cuentas de funcionarios del gobierno.**Canal NoticiasAsia**, 07 hace. 2020. Disponible en:https://www.channelnewsasia.com/noticias / negocios / twitter-labels-state-media - Government-officials - Accounts-12997520 . Acceso em: 5 dic. 2020.

WEI, H. Empresas de Internet multadas por violar parte de la ley antimonopolio. **Diario de China**, 15 de diciembre 2020. Disponible en:https://www.chinadaily.com.cn/a/202012/15/WS5fd7f4eca31024ad0ba9bc9d.html . Acceso em: 20 dic. 2020.

ZUBOFF, S.**El capitalismo de la sorveglianza**: il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri. [sl]: Luiss University Press, 2019. Libro electrónico.



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Big data como síntesis de convergencia y concentración de negociaciones en el discurso: una regulación global

Big data como síntesis de convergencia y concentración empresarial en rojo: hacia una regulación global

Big data como síntesis de convergencia y concentración empresarial en la red: hacia una regulación global

Gustavo Buquet

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Profesor de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay), cargo del área de Economía de la Comunicación y la Cultura.

Contacto:gustavo.buquet@fic.edu.uy

Federico Beltramelli

Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. Es profesor de tiempo completo y coordinador del Departamento de Medios y Literatura de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay).

Contacto:federico.beltramelli@fic.edu.uy

eduardo alonso

Doctor en Ciencias Políticas de la Universidad de la República, Profesor del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (UDELAR, Uruguay), integrador del Sistema Nacional de Investigadores.

Contacto:eduardo.alonso@fic.edu.uy

Presentado el 08.01.2021- Aprobado el 12.10.20

Resumen

El proceso de convergencia de las TIC gerou, en un grupo de corporaciones, un gran gris de concentración y escala global onde o*grandes datos*es su principal recurso. Las normativas de los EE.UU., Reino Unido y la UE muestran un impacto limitado en su diseño y también muestran importantes asimetrías entre los órganos de control y sus empresas. El estudio presenta los modelos de plataforma de negociación, y la lógica de las políticas de la UE, el Reino Unido y la UE. Conclusiones que el principal déficit de las nuevas propuestas normativas es considerar la*grandes datos*como público.

Palavras-chave: Plataformas.*grandes datos*. Concentración. Regulación.

Resumen

El proceso de convergencia de la generación TIC, en un grupo de corporaciones, un alto grado de concentración a escala global, en el que *grandes datos*es su principal recurso. Las normativas de EE.UU., Reino Unido y UE muestran un impacto limitado en sus resultados y, además, presentan importantes asimetrías entre los órganos de control y estas empresas. Este estudio presenta los modelos de negociación de plataformas empresariales, y los fundamentos de las políticas de la UE, UE, Reino Unido y la UE. Siguiendo con las conclusiones, las formas de evitar estos niveles de concentración, convierten en serie las*grandes datos*en un pozo público.

Palabras clave: Plataformas.*grandes datos*. Concentración. Regulación.

Resumen

El proceso de convergencia de las TIC generó en un grupo de corporaciones un alto grado de concentración a escala global, donde el big data es su principal recurso. Las regulaciones de EE. UU., Reino Unido y la UE han tenido un impacto limitado en sus resultados y muestran importantes asimetrías entre los organismos de control y estas empresas. Este estudio presenta los modelos comerciales de las plataformas y la justificación de las políticas de EE. UU., Reino Unido y la UE. Concluimos que la principal deficiencia de las nuevas propuestas regulatorias es la falta de consideración del big data como un bien público.

Palabras clave: Plataformas. Grandes datos. Concentración. Regulación.

Introducción

Este artículo presenta el estado de evolución y consolidación de la economía de plataforma, en un momento en el que data la estructura empresarial de los principales actores y sus modelos de negociación. Simultáneamente, se sintetiza la conformación de las estructuras del mercado global, y se analiza la evolución y desarrollo regulatorio actual en EE.UU., Reino Unido y Europa.

La normativa actual se ha escalado a nivel mundial para limitar los procesos de concentración de estas grandes empresas digitales. En este sentido, el concepto de*grandes datos*, se instala como un elemento central en la discusión sobre los mecanismos necesarios para implementar los nuevos modelos normativos. Si la discusión incluye este concepto como fundamental, ninguna agencia reguladora cuestionará la conveniencia de la extracción de datos. Algunos enfoques académicos recientes, comienzan a considerar el análisis de*grandes datos*en términos de bien público universal.

Este trabajo constituye un avance de una investigación de un curso sobre Normas de Convergencia TICS, impulsado por la Universidad de la República. Se fundamenta en el contexto regulatorio que impacta la manipulación masiva de datos por parte del grupo de las mayores empresas tecnológicas a escala global, tanto en términos de mercados afectados, como en el estado de endeudamiento de sus datos personales.

En este sentido, avanza en el mapa de la evolución de la convergencia de las industrias asociadas a las TICs en las ambiciones de Internet, e identifica las principales y las orientaciones de las nuevas regulaciones políticas a nivel global.

En la segunda parte de este trabajo, se establecen los conceptos básicos adoptados en esta investigación, y se relacionan entre ellos; como convergencia,*grandes datos*, plataformas y bienes públicos. La convergencia ha generado un proceso de concentración sin precedentes; la economía de plataforma permite que estas empresas aumenten su rentabilidad ya que cuentan con más áreas de negocio, a la vez que permite la extracción de datos de cada alcalde, lo que reduce la concentración de empresas y sus prácticas dominantes. Por otro lado, se identifica desde el punto de vista de la práctica y el imperio que son los principales actores de la convergencia en el mundo privado. Alli surgen las principales plataformas de internet, y las empresas de telecomunicaciones a escala global. El objetivo es demostrar la convergencia del poder de negociación entre plataformas, como plataformas y grupos de telecomunicaciones. En la cuarta parte,

los medios de comunicación, políticas que más que nunca justifican la concentración de las plataformas. Continuando desde este punto de vista, desde una perspectiva histórica, la extensión con la que las agencias reguladoras están primando las prácticas dominantes de las grandes plataformas, ha dado lectura al estado en el que se desarrolla actualmente el debate. En este sentido, hay algunos proyectos que se están debatiendo a escala mundial que proponen distintos medios, en particular, para centrarse en*grandes datos*analizar prácticas anticompetitivas, así como identificar restricciones en el uso de datos. Finalmente, en las conclusiones se afirma que la actual discusión normativa no pone en entredicho la propiedad privada de los*grandes datos*, un elemento clave que acorde con los nuevos currículos académicos, permite frenar el proceso de concentración y al mismo tiempo restringir el poder de estas grandes corporaciones a favor de un mercado más abierto y más responsable con la privacidad de los datos personales.

Este estudio se ubica dentro de los estudios de Economía Política de la Comunicación y la Cultura, dando las plataformas en consonancia con un mercado global en el que los bienes simbólicos se intercambian como mercados, lo que genera una nueva brecha de concentración que incrementará el número de llamadas, profusamente documentado. , a partir de estudios desarrollados desde la década de los 70 hasta la actualidad (HUET, 1978; FLICHY 1980; MIÉGE; SALAUM, 1986; BUSTAMANTE; ZALLO 1988; GARNHAM 1990; entre otros). Más recientemente, esta correlación teórica ha sido destacada en los procesos de convergencia, concentración y regulación a escala global (BUSTAMANTE, 2007; BOLAÑO, 2015; BECERRA; MASTRINI 2017; entre otros).

Desde el punto de vista metodológico, en esta primera etapa de la investigación se realiza una revisión bibliográfica, un análisis comparativo de las actuaciones de los organismos reguladores de EE.UU., la UE y los RU, y un estudio empírico. de plataforma de negociaciones, con miras a identificar los principales actores que giran alrededor del*grandes datos*, así como las acciones normativas que proyectan los sistemas políticos de los países centrales. En función de sus resultados, se respeta la plausibilidad de la transformación de*grandes datos* en público, como asumen algunos sectores de la academia, los impactos reducen los niveles de concentración y los efectos nocturnos que generan la manipulación algorítmica de datos en las principales plataformas de internet.

1 Original: "[...] como un proceso económico, político y cultural en proceso de convergencia hacia un nuevo régimen de información y comunicación, incluyendo modelos de negocio, retrocesos jurídicos y prácticas sociales, en conjunto con la industria cultural productiva [...] "

Convergencia,*grandes datos*y regulación

El proceso de convergencia y consolidación en el mercado de contenidos, pero también en general en las empresas de telecomunicaciones e internet que, tal como lo define Dantas (2010), puede ser utilizado como [...] como un proceso económico, político y cultural que está convergiendo un nuevo régimen de información y comunicación, como modelo de negocios, normas jurídicas y prácticas sociales en toda la cadena productiva de la industria cultural [...]" (DANTAS, 2010, p. 41)[1]. Estas industrias culturales o grandes plataformas, se expanden a otros sectores, no necesariamente simbólicos, pero también primeros, capaces de generar efectos en el comportamiento de los usuarios. Las plataformas utilizan los datos de cada uno de ellos como prueba de negociaciones culturales o simbólicas, de las que no lo tienen. Al mismo tiempo, además de plataformas, como las empresas de telecomunicaciones, se están expandiendo en diferentes áreas de negocio (GARCÍA CASTRILLEJO, 2010). Para ello, como resultará más atractivo, propone que el elemento que sintetiza este proceso convergente es el*grandes datos*, entendida como la capacidad de operar, medir, clasificar y analizar grandes cantidades de datos.

Reduciendo la realidad de la capacidad de los servidores para operar mediante algoritmos (que son instrucciones y órdenes que los ingenieros tienen en las máquinas) y meta-algoritmos (aprendizaje automático o*aprendizaje automático*) es su herramienta de aprendizaje automático que permite perfeccionar los sistemas de predicción (MAHRENBACH*y otros*., 2018).

La cantidad de información proporcionada generada por el uso de los distintos dispositivos se estima en 1.000 millones de terabytes por día y las proyecciones indicaron que esta cifra se duplicará en todos los años (DESJARDINS, 2019). Con el paso del tiempo, las únicas que tienen la capacidad de calificar, además de clasificar y analizar, volúmenes de datos en gran medida son las empresas con nubes en la nube (*computación en la nube*), existen grandes plataformas de internet, y proveedores y operadores de telecomunicaciones.

Una plataforma es una empresa que opera en Internet y permite la ejecución de varias aplicaciones en diferentes dispositivos, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de una entidad diferente. Las plataformas están evolucionando hacia una forma eficiente de acaparar, extraer, analizar y utilizar la cantidad de cada uno de los principales datos (SRNICEK, 2018).

La capacidad que posee se materializa en la represalia de datos generados por sus propuestas de usuario, lo que le permite refinar continuamente sus algoritmos y meta-algoritmos, estos son, instrumentos de inteligencia artificial más constantes que la capacidad de análisis y predicción de la realidad, una círculo virtuoso, consolidando cada vez una brecha entre las grandes tecnologías y el resto de las empresas (FURMAN, 2019; KOMISSAROV, 2019).

Por su parte, Stucke y Grunes (2018) plantan las grandes plataformas de internet, además de los tradicionales efectos rojos, incluyendo efectos rojos relacionados con la escala de datos, la tasa de datos, y con ella la información acumulada en variantes de forma simultánea de mercados. Estos son los efectos de las bases rojas al rechazar los diferentes tratos de una corporación corporativa. Ambos efectos, el algoritmo, junto con el autoaprendizaje, pueden identificar el universo probable de respuestas relevantes para proyectar diferentes escenarios y distinciones estratégicas de mercado (STUCKE; GRUNES, 2018).

Como observó la OCDE, la*grandes datos*favorecer la concentración y el dominio del mercado. Los mercados basados en fechas pueden mostrar un resultado de ganador si todos, pero la concentración es un resultado probable de la salida del mercado (OCDE, 2018).

Es ahora que Google se inclina por brindar esta información para invertir en sectores tecnológicos estratégicos, en particular en inteligencia artificial, proceso que solo lo hace lucir bien en otros Internet (SRNICEK, 2018).

No es casualidad que, como sintetiza Marta Peirano (2019), en 2015 Google se reconvirtiera en la corporación Alphabet Inc. junto con otras empresas, incluidas las divisiones financieras; Capital G (fondo de capital de riesgo) y GV (inversión de capital de riesgo); dos laboratorios de investigación médica, Calico (biotecnología para la longevidad) y Verily (investigación genética y de enfermedades); tres de infraestructura cable (Google Fiber); sensores (Nest) y Smart Cities (Sidewalk Labs) (PEIRANO, 2019).

Zuboff (2020) tiene más margen y proposiciones para este proceso el concepto de capitalismo de vigilancia, que define por la extracción de fechas y predicciones, por su necesidad de construir y elaborar un medio de modificación conductivo que oriente todas las operaciones de control de búsqueda, la marca creada para un poder instrumental sin precedentes (ZUBOFF, 2019).

El uso de*grandes datos*para las grandes corporaciones, hay un nuevo principio de orden social que está produciendo una nueva forma de poder. Las ciencias de la fecha, en particular la mina de datos y su tasa de predicción, se pueden utilizar para modificar el comportamiento de las personas. El *grandes datos*, además de producir economías de escala, generando un nuevo fenómeno: las economías de acción; es la capacidad de estas grandes corporaciones de modificar el comportamiento de las personas a través de la predicción (ZUBOFF, 2019).

Desde una perspectiva económica, la*grandes datos*puede ser considerado como público. Los bienes públicos se definen por las características centrales: por un lado, no son rivales, lo que permite el uso simultáneo por otros usuarios; no excluyentes, no es impedimento para que otros usuarios potenciales sean atendidos por ellos en el futuro. En realidad, cuando los mecanismos de apropiación privada contemporánea de la propiedad pública están bien convocados

mixtos. No se excluyen rivales, pero actualmente las empresas que son genéricas se apropian y restringen a nosotros.

Como ha sido el caso antes, pero es profundamente más profundo, la propiedad privada de*grandes datos*es central en el proceso de acumulación y concentración económica de las plataformas de Internet. Sin embargo, la discusión actual sobre nuevos mecanismos regulatorios no propone en ningún caso la restricción a la propiedad privada de*grandes datos*. Central en este debate es la propuesta de mecanismos de apropiación social para la extracción de datos que realizan las grandes corporaciones. Zillner (2016) tiene una propuesta para avanzar en el concepto de*grandes datos*así como públicamente y para esta planta cinco puntos: (1) promover la formación en la ciencia de los dátiles; (2) eliminar las barreras para crear un mercado digital único; (3) estimar la tasa de inversión requerida para la tecnología de*grandes datos*; (4) promover fechas abiertas; y, por último, (5) promover una legislación equilibrada un gran mapa de*grandes datos*. La necesidad de abordar cuestiones como la privacidad y la seguridad, la propiedad y la transferencia, y la infraestructura de datos. Estos cuestionables contemporáneos garantizarán que los contratos entre particulares y empresas serán *grandes datos*o gobiernos sean justos; y debe enfatizar la responsabilidad de asegurar los datos (ZILLNER, 2016).

Como hemos visto, los impactos que produce la concentración de esta industria en términos económicos, constituyen en sí mismo un problema político de primer orden por la exacerbación de los actores dominantes (ZUBOFF, 2020). Los impactos democráticos directos e indirectos se multiplican, aunque pueden analizarse en áreas muy amplias: a) por la acción directa de actores emergentes más poderosos que los diferentes estados, b) por la capacidad de las tecnologías para manipular comportamientos sociales y la uso descontrolado de las redes sociales en la difusión masiva de información falsa o de fuentes confiables dentro de un mar de información que constituye la materia prima de la mina de datos.

Grandes plataformas y empresas de telecomunicaciones: Convergencia en áreas de negocio y extracción de datos

Las grandes plataformas, si las hay tienen un gran perfil y una especialización hecha en el mercado, Facebook con las redes sociales, Alphabet con su buscador de Google, etc., en realidad estas empresas tienen más semen entre ellas que diferencias.

Todas ellas venden publikadad, cuentan con buscadores (en sistema cerrado o abierto), tienen servicios de*transmisión*audiovisual, servicios en la nube, comercio electrónico y minería de datos. Por su parte, existen seis empresas que se ocupan de las redes sociales, y desarrollan y venden videojuegos.

tabla 1-Las empresas de tecnología son logística más grande del mundo y su principal negocios (per capitalización bursátil, año 2021)

Fuente: PWC (2021) y elabora-puede ser utilizado como parte de los memorandos anuales de las empresas.

Nombre del empresa	manzana	Micro-suave	Amazonas	Alfa-apuesta	Rostro-libro	Tencent	alibaba
Capitalización bursátil en millones de dólares estadounidenses	1,568	1,505	1,337	953	629	599	577
País de origen	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	China	China
Impresión de negociaciones principal	Duro-Cierto	Software re	Contendiente-cio elec-trónico	Busca-dores	Razones social-lección	Redes tan-ciales	Comercial electro-nico
Publicidad	X	X	X	X	X	X	X
buscadores	X	X	X	X	X	X	X
Discursos sociales		X	X	X	X	X	X
Venta de aplica-cationes	X	X	X	X		X	X
Transmisión de video	X	X	X	X	X	X	X
Juegos de vídeo	X	X	X	X		X	X
Servicios en el nube	X	X	X	X		X	X
grandes datos	X	X	X	X	X	X	X
Comercio eléctrico trónico	X	X	X	X	X	X	X

Google y Tencent son los jugadores más grandes en buscadores, pero por otro lado, otros jugadores en Pierden tienen experiencia en este mercado, como Apple y Microsoft. En redes sociales manda Facebook, pero va acompañado de una búsqueda de las redes sociales de las empresas chinas. Los videojuegos son negocios importantes para Microsoft, Amazon y Tencent.

Finalmente, todas las diez aplicaciones de venta, servicios en la nube, y por lo tanto todos estos actores del comercio electrónico, y por supuesto, todas estas grandes empresas son las principales propietarias de la generación de datos, de*grandes datos*una escala mundial.

Por su parte, la principal negociación de las empresas de telecomunicaciones es la venta de servicios de voz y datos al consumidor final. Sin vergüenza, desde el inicio de la convergencia, en la década de los 90, estas empresas comenzarán a implementar estrategias adquiriendo nuevas negociaciones. La posibilidad tecnológica permitió que muchos de ellos, con los llamados*juego triple*, ofrece servicios de voz, datos y televisión, para lo cual diversas empresas cuentan con sus respectivos operadores de televisión por cable.

Sigue cronológicamente el crimen, y las estrategias de integración vertical y horizontal, algunos ejemplos de concentración en este sector hicieron lo siguiente: Comcast adquirió Universal Studios, con su serie NBC TV, y Deportation TV, etc. Por su parte, AT&T en 2018 adquirió al grupo Warner, con su amplio canal de TV, operadores de cable, estudios de producción de contenidos y producción de señales como CNN, HBO, etc. En estos casos, la adquisición de contenidos por parte de los operadores de telecomunicaciones refleja una de las estrategias más probables para competir con las grandes plataformas tecnológicas en Internet. HBO+ es un claro ejemplo de la competencia de Netflix. En este mismo sentido, prácticamente todos los teléfonos analizados (excepto China Mobile y el Softbank japonés) han lanzado plataformas para vender contenidos audiovisuales a través de sus canales celulares. Por esta razón, AT&T, Comcast y otros operadores de telecomunicaciones también compiten en el mercado publicitario.

Tabla 2-Las 10 principales empresas de telecomunicaciones a nivel mundial y sus principales negociaciones (para capitalización de becas, año 2021)

Fuente: PWC (2021) y propuesta de elaboración a partir de las memorias anuales de las empresas.

Número de El empresa	Veri-sol	AT&T	Com-emitir	China METRO	T-Mo-bilis	Suave-Banco	Deut-sch T	americano CA M	Vo-da-teléfono	Tele-foni-California
Capital-ización bursátil en mm USD	226	216	178	138	130	120	82	57	48	23
País de origen	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	China	EE.UU.	Japón	alemán nia	mexicano co	Reino Unido	Es-panaña
Voz y fechas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicidad	X	X	X							
Buscado-resolución	X					X				
Transmisión el video	X	X	X		X		X	X	X	X
Servicios en las nubes	X	X	X	X		X	X	X	X	X
grandes datos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Televisión por cable	X	X	X					X	X	X
Otros medios		X	X							

Prácticamente sin excepción, las 10 empresas de telecomunicaciones más grandes del mundo se ocupan de los servicios en la nube. Donde compite directamente con la tecnología, por ejemplo, la fuente principal de Amazon son sus servicios en la nube, y para Microsoft significa una parte importante de su negocio (IGLESIAS, 2019). Estas empresas no tienen datos de sus usuarios, salvo *centros de nubes* la amplian, y por lo mismo también genera el precio muy competitivo, *grandes datos*. Las empresas de telecomunicaciones compiten con las tecnologías en plataformas de *transmisión*, servicios en la nube y en el *grandes datos*.

Por eso no tenemos que preocuparnos de que sean las 7 empresas tecnológicas más grandes del mundo, estamos vendiendo 8 becas de gran capitalización más que las 10 empresas de telecomunicaciones, 1.024 contra 122 billones de dólares.

La visualización de los operadores de telecomunicaciones en la infraestructura del habla, empresas ubicuas en la base de la cadena de valor de la tecnología. Solo hay unos pocos beneficios de estar de acuerdo con la reversión. Para muchas empresas, la estrategia de las empresas de tecnología tiene mucho más que ver con observar los datos de los clientes, que se encuentran en la infraestructura de voz. La estrategia de estas empresas es invertir en negocios que solo se han desarrollado en plataformas (GSMA, 2020a).

Simultáneamente, la plataforma de algunas plataformas, por ejemplo, la de Google, desarrollará su propia estructura roja - navegadores, sistemas operativos, servidores, centros de datos, fibra óptica, etc.; de forma que sus fechas eviten pasar por una roja pública. Los operadores de telecomunicaciones y las plataformas de Internet los miran cada vez más en los medios que van a intervenir en diversas áreas de negocio (SRNICEK, 2018).

La tecnología de quinta generación 5G, será una creación exponencial en la creación de datos. Por ejemplo, la capacidad de gestionar el espectro radioeléctrico segmentado (*corte de red*), así como el manejo de grandes cantidades de datos como diferentes necesidades de velocidad, capacidad y latencia, permitirá una mayor capacidad de conexiones entre máquinas o máquinas entre ellas, y entre dispositivos y personas (GSMA, 2020b).

Los dispositivos y máquinas generan datos (*grandes datos*), la mayoría de los números no están estructurados, proporcionan información procesable y, precisamente para los procesadores y obtienen datos útiles y manipulables de esta enorme cantidad de información, generan una gran cantidad de datos.

Bueno, hay una revisión reciente de las empresas de prueba de hardware para telefonía celular, como Samsung, Huawei, Apple, etc., así como de los grandes generadores de *grandes datos*.

Como antes, la convergencia tecnológica, las negociaciones y los dispositivos entre estos diferentes sectores empresariales, como grupos de medios, proveedores de equipos de telecomunicaciones, operadores de telecomunicaciones y plataformas de Internet; se manifiesta ahora, además de las conversaciones de infraestructura, hardware de varios dispositivos, software y contenido, en el*grandes datos*. La síntesis de la convergencia entre todas estas negociaciones es la extracción y procesamiento de datos.

El debate regulatorio: Las leyes antimonopolio, su liberalización, el poder de las plataformas y el debate actual de las agencias reguladoras

A finales de la era XIX, unas dominaciones corporativas formaban parte del devenir económico, social y político de los EE.UU. Entre este gran número de empresas se encuentran la Standard Oil, el Chase National Bank y la AT&T, entre otras (CAREY, 2008; WU, 2016).

Las grandes empresas también crean una clase de gente fabulosamente rica. Para 1900, el 10% de la población controlaba el 80% de la riqueza, mientras millones vivían en la pobreza (PIKETTY, 2014).

La Ley Sherman Antimonopolio de 1890 fue la primera ley antimonopolio medieval, pero su en curso y fortuito juicio por parte del presidente Wilson creó la Comisión Federal de Comercio (FTC, por su sello en inglés) en 1914, como la primera agencia independiente del organismo rector de los EE.UU. aplicar la ley antimonopolio (VILLEGAS CAYÓN, 2015).

En 1934 se creó la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por su sello en inglés) como organismo independiente. Estas son las agencias, y en general el sistema de defensa de la defensa viene actuando desde la decadencia de los años 70. y EE.UU. primero, y luego a escala global (MIGUEL, 2007).

En el modo de síntesis, y en los medios de comunicación, en 1993 la FCC eliminó los estándares conocidos como*Reglas de Interés Financiero y Sindicación*, que impide la integración vertical entre los estudios de Hollywood y las estaciones de televisión. Como parte de este año, Disney Corporation adquirió la cadena de televisión ABC, los estudios Paramount adquirieron CBS, Universal adquirió NBC; de hecho, la liberalización mediática permite que los estudios Fox se concentren en el primer trimestre (OWEN; WILDMAN, 1992; BUQUET, 2004).

En 2018, la FCC también permitió la fusión del grupo de medios Warner con AT&T. Comcast, el mayor operador de cable de EE.UU. también a través de las telecomunicaciones, adquirió el grupo NBC Universal. Disney, Comcast y Viacom se encuentran entre las 50 empresas más grandes del mundo (SEGOVIA ALONSO, 2005). Solo se permite la integración

vertical entre los grandes estudios de estudio y las grandes cadencias de televisión, es decir que entre los grupos mediáticos consolidados de EE.UU. con las mayores empresas de telecomunicaciones (LEE; KANG, 2019).

Por su parte, la conformidad de los grandes monopolios tecnológicos y su poder de influencia a nivel económico, político y social, a iniciativa de Vela XXI, tiene poca diferencia con los poderosos cárteles formados a finales de Vela XIX.

De las 10 empresas más grandes del mundo, 7 son tecnológicas, 5 norteamericanas y 2 chinas. Las 5 norteamericanas representan el 22% del valor total de las 100 empresas más grandes del mundo, las 2 empresas chinas, por su parte, representan el 4% (PWC, 2021). Por superstición, esas dos empresas están entre las personas más ricas del mundo (LOS 50..., 2021).

Y si tenemos concentración, también podemos hablar de pobreza. El 10% de la población mundial posee el 82% de la riqueza (SHORROCKS*et al.*, 2019), de esta modalidad el nivel de concentración de los ricos es el mismo que en los agujeros de la vela XX. En los años 70, en un sistema de bienestar en toda regla, tanto en Europa como en la UE, el 10% de la población era 60% rica, 22 puntos menos que en 2020 (PIKETTY, 2014).

Hoy existe la legislación antimonopolio, pero por un lado la desregulación la hace aún más permisiva, y por otro lado, hay rumores que tienen que analizar el nuevo tipo de empresas, mercados y competencia que están obsoletos. La regulación actual no ha permitido generar argumentos de que las fusiones impeditivas de empresas que décadas atraerán a infractores secundarios de cualquier regla básica de concentración (ANDREWS; IOSFIDIS, 2019).

Sin embargo, las normas y decisiones de los órganos reguladores según nacionalidades, al darse cuenta de las empresas, sus características y formas, ordenan las normas contra las prácticas anticompetitivas de sus globales. Este es otro desafío regulatorio de la vela XXI (RIOUX; VERDUGO ULLOA, 2017).

En Vela XXI, la Comisión Federal de Comercio de los EE.UU. (FTC), y la División Antimonopolio del Departamento de Justicia (DOJ), las agencias competidoras en Reino Unido, y la Dirección de Competencia de la Comisión Europea (además del resto de agencias competidoras y la defensa de las escalas de consumo a escala global), permitió la absorción de empresas como WhatsApp e Instagram y otras 80 empresas a través de Facebook; YouTube o Waze y sus más de 200 adquisiciones en varios mercados a través de Alphabet, o la entrada propietaria con Android en el mercado de sistemas operativos de telefonía móvil que tiene esta misma corporación (CRÉMER*et al.*, 2019).

Sin embargo, directivas de estas agencias gubernamentales propietarias, así como de académicos, han demostrado que la herramienta de análisis que utilizó para permitir estas fusiones y/o absorbancias es completamente temporal.

En 2019, la FTC, así como el DOJ, abogarán por las prácticas anticompetitivas de la gran tecnología, para determinar las plataformas digitales que respaldan el marketing y los incentivos en prácticas que reducen la competencia, impiden la innovación o perjudican a los consumidores. Por su parte, el Comité Judicial de la Cámara de Representantes, ha emitido una acusación sobre el poder de mercado de las plataformas digitales (KOMISSAROV, 2019).

También es en esta línea que la Secretaría Estratégica de Energía, Energía e Industria de los Estados Unidos (United Kingdom's Strategic Secretariat for Business, Energy and Industry - BEIS) coincide en que ahora se ha analizado correctamente el mercado relevante, que la información generada por estas empresas -desde que permitió estas importantes fusiones- muestra que el mercado relevante se define a través de la adquisición de datos. Según esta información, son utilizados para generar diversas prácticas anticompetitivas, así como para colocar entrantes potenciales, concentrar el mercado publicitario, promover la compra de sus propios productos, y en definitiva la concentración empresarial tiene el impedimento para la creación, la innovación 2019). Estas nuevas definiciones son pertinentes,*grandes datos*es importante determinar los mercados relevantes, aunque no se han realizado fusiones pero sí muchas de sus fundaciones.

Por su parte, la Comisión Europea ha tomado algunas decisiones importantes. Tiene tres oraciones relevantes. La primera en 2017. En la demostración de que el navegador de Google favorece sus servicios de compras por internet en medio de sus competidores. Esta sentencia fue impuesta a Google por una multa de 2.700 millones de dólares. En segundo lugar, en 2018, el organismo europeo impondrá una sanción a una investigación de tres años en una demostración de que tecnología de última generación utiliza dispositivos móviles con sistema operativo Android para forzar su buscador y posicionador. El impuesto recaudado en este caso es de 5.000 millones de dólares. La tercera en 2019, por haber incurrido en prácticas abusivas en la forma en que publicitamos en línea para otros sitios web como publicaciones periódicas, blogs y agregadores de viajes.

Pero estas empresas no solo generan problemas en el mercado competitivo. También ha sido criticada por cláusulas abusivas por parte de los consumidores. Precisamente las cláusulas abusivas apuntan a extraer y apropiarse de la mayor fecha posible de fechas. Los datos son extraídos de los usuarios de estas plataformas, no reparan en la intimidad de las personas, no es transparente en su uso, ni se da cuenta del destino de dichos datos. Exactamente, la valoración, tratamiento y análisis de los datos es el valor agregado que genera la*grandes datos*a las plataformas digitales (TABARRINI, 2019).

También relacionado con la privacidad de los usuarios, la FTC de los EE.UU. hasta 5.000 millones de dólares en Facebook en el año 2019. La fundación de la Comisión Federal de Comercio cree que personal, Facebook comparte opciones de consumo" (ESTADOS UNIDOS, 2019)[2]. Por su parte, la Comisión de Información Oficial del Reino Unido (ICO) impuso una multa de 500 millones de libros a la empresa. Según el ICO,

> la investigación reveló que entre 2007 y 2014, Facebook procesa la información personal de los usuarios de una manera que les permite desarrollar aplicaciones para acceder a la información sin el suficiente consentimiento claro e informado (...) Estos casos finalmente significarán que los datos de la empresa GSR de hasta 87 millones de personas sin su conocimiento. Recientemente, un subconjunto de estos datos se compartió con otras organizaciones, incluida SCL Group, la empresa matriz de Cambridge Analytica que participó en campañas políticas en los EE.UU. (UNI-
> TED KINGDOM, 2018, nuestra traducción)[3].

Estas prácticas monopólicas están relacionadas con las cláusulas abusivas impuestas a los usuarios; sin estos últimos, no contarían con el*grandes datos*, no pudo generar los algoritmos que aseguran su dominio en el mercado.

En este sentido, también, ha hecho avances concretos a la UE, como el nuevo Reglamento General de Protección de Datos del Parlamento Europeo y del Consejo, que regula el tratamiento de las personas, compromete la organización de los datos personales relativos a las personas Unión Europea (EUROPA EUROPA, 2016). En este sentido, "Facebook, Google y Twitter aceptan cambiar sus términos y condiciones para llegar a sus clientes y planificar con las nuevas normas de la UE" (COMISIÓN EUROPEA, 2018, traducción nuestra)[4].

Por cierto, las grandes plataformas tecnológicas han sido acusadas de no remunerar los derechos, sean de las publicaciones periódicas online, de los músicos, o de tener constantes violaciones a la libertad de expresión. Las grandes plataformas son un gran problema para la democracia, y en general para la sociedad actual y futura (AMNISTÍA INTERNACIONAL, 2019).

También desde EE.UU. y Europa se buscan las primeras voces para imponer algún tipo de absorción como en este caso la compra de Fitbit por parte de Google. Por su parte, los legisladores en EE.UU. hablan de la posibilidad de regulaciones más restrictivas para las tecnologías. Por ejemplo, el senador demócrata de Nueva York Michael Gianaris afirmó que "Nuestras ciudades antimonopolio ya han creado una vela y un horno creado para una economía diferente [...] podría ser un motor de autobús que

2 Original: "A pesar de las repetidas promesas a sus miles de millones de usuarios en todo el mundo de que podrían controlar cómo se comparte su información personal, Facebook socavó las opciones de los consumidores".

3 Original: "La investigación de la ICO encontró que entre 2007 y 2014, Facebook procesó la información personal de los usuarios de manera injusta al permitir que los desarrolladores de aplicaciones accedieran a su información sin un consentimiento suficientemente claro e informado... Estas fallas significaron [que la] empresa GSR, cosechó la Datos de Facebook de hasta 87 millones de personas en todo el mundo, sin su conocimiento. Posteriormente, un subconjunto de estos datos se compartió con otras organizaciones, incluido SCL Group, la empresa matriz de Cambridge Analytica, que participó en campañas políticas en los EE. UU. ".

4 Original: "Facebook, Google y Twitter aceptan cambiar sus condiciones de servicio para que sean fáciles de usar y cumplan con las normas de la UE".

5 Original: "Nuestras leyes antimonopolio tienen alrededor de un siglo de antigüedad y fueron creadas para una economía diferente [....] Nadie podía ver un motor de búsqueda que pudiera priorizar los propios productos sobre los competidores".

priorizar sus productos sobre la competencia" (SUNDARAM, 2020, traducción nuestra)[5]. El Reino Unido, en este sentido, es ante todo una planta de estudios exóticos, es la continuación de los grandes avances tecnológicos que existen en la demanda (PETROS; LEIGHTON, 2019).

A finales de 2020, las reflexiones realizadas por los organismos reguladores antimonopolio de EE.UU. y Reino Unido, sobre posibles mediaciones contra los grandes terminales tecnológicos e iniciativas concretas. El Subcomité Antimonopolio de la Cámara de Representantes del Congreso de los Estados Unidos presenta la Información*Investigación de Competencia en Mercados Digitales*sobre las corporaciones GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon), dando sus propuestas desde la separación estructural imponiendo la conversión a estas grandes corporaciones; tiene la transformación de las leyes antimonopolio para que sean más efectivas en el futuro (NADLER; CICELLI-NE, 2020). Por su parte, la FTC, en conjunto con las leyes tributarias de 48 Estados de los Estados Unidos, solicitó en diciembre de 2020 en Facebook exigiendo la venta de Whastsapp e Instagram, y solicitando impedimento para nuevas fusiones y adquisiciones en el futuro (ESTADOS UNIDOS, 2020). Por otro lado, el órgano rector del Reino Unido crea, dentro de las competencias de la Autoridad de Mercados de la Competencia (CMA), la Unidad de Mercado Digital (DMU), agencias que coordinan con OFCOM y otras agencias involucradas,

Un tiempo en el que los órganos de gobierno de la UE y los EE.UU. tiene un gran conocimiento de las prácticas de las grandes plataformas de internet, tanto las que abusan de la protección de datos personales, como sus prácticas anticompetitivas, y estos gobiernos las presentan para ser consideradas por sus parlamentos. La Comisión Europea ha enviado proyectos al Parlamento Europeo. Tratado por la Ley de Servicios Digitales (DSA) y la Ley de Mercados Digitales (DMA). En primer lugar, se afirma que "Diversas partes interesadas, en particular de la sociedad civil y del mundo académico, señalan la necesidad de realizar auditorías algorítmicas de cuentas y transparencia, especialmente en relación con la forma en que priorizamos" (COMISIÓN EUROPEA , 2020, pág. 10),

Por otro lado, "la propuesta del Apalancamiento del Mercado Digital cubre los desequilibrios económicos, las prácticas comerciales inmediatas de los guardias de acceso y sus consecuencias negativas, así como la reducida disputabilidad de los mercados de plataformas" (COMISIÓN, EUROPA 2020, EUROP 3). En tanto, "los procedimientos previstos en el Reglamento incluyen la facultad de la Comisión para solicitar información, realizar entrevistas y realizar declaraciones e inspecciones.*en el lugar*, adoptar medios provisionales y asegurarse de que los medios voluntarios sean vinculantes para los guardianes de

acceso, así como para controlar su cumplimiento del Reglamento (Artículo 24)" (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 15).

En su artículo 69, el proyecto Ley plantea "En particular, la Comisión deberá tener acceso a los documentos, datos, bases de datos, algoritmos relevantes e información necesaria para iniciar y realizar investigaciones y para monitorear el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento" (COMISIÓN EUROPEA, 2020, p. 36).

En la misma línea, la Comisión Judicial de la Cámara de Representantes de los EE. UU, ha aprobado un paquete de proyectos para los líderes de las principales plataformas de internet en el que cuatro de ellos transformarán de forma inmediata y radical las clases de competencia. Dicha iniciativa, apoyada por demócratas y republicanos, recupera los fundamentos de la información presentada por el Subcomité Antimonopolio de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos mencionado en paráfrasis anteriores. En general, se trata de proyectos que refuerzan el alcance normativo del ODJ y la FTC sobre los efectos del establecimiento de reglas procompetencia para la interoperabilidad y portabilidad de datos en línea; prohibir a las grandes plataformas realizar fusiones que involucren áreas de negocio en las que operan empresas;

Muchas de estas iniciativas tienen una preocupación compartimentada por la incapacidad de mantener el poder de control antimonopolio tradicional en las distintas agencias para impedir el dominio del mercado por parte de una serie de empresas en la era digital. Las principales plataformas de internet incluyen las diferentes características: plantea economías de escala y escala, tomas de corriente rojas, servicios al consumidor sin costo monetario, altas tasas de innovación y una rápida difusión de las nuevas tecnologías. Además de las diferencias en las negociaciones, y en los modelos de negociación, las principales plataformas de internet tienen una cosa en común: la minería de datos (CREAMER *et al.*, 2019).

Esta parte del negocio no solo está disponible en las mayores plataformas de Internet. Convergencia tecnológica, negociaciones y dispositivos entre diferentes sectores empresariales -así como grupos de medios, proveedores de equipos de telecomunicaciones, operadores de telecomunicaciones y plataformas de Internet; se manifiesta ahora, además de las conversaciones de infraestructura, hardware de varios dispositivos, software y contenido, con la*grandes datos*.

Conclusiones

Ante el cambio tecnológico disruptivo, en principio, los duendes no toman ningún tipo de soporte. Las principales plataformas de internet operan sin mayores restricciones hasta 2007, cuando la Comisión Europea actualizó la Directiva Audiovisual definiendo inmediatamente los Servicios de Comunicación Audiovisual en Reglas.

Los organismos reguladores y las distintas instituciones actuarán con acciones como las que posee la Comisión Europea. A partir de este año, 2016 ha sido actualizado por la Directiva de Protección de Datos Personales, y con muchas plataformas importantes importantes en 2017, 2018 y 2019. La Oficina de Información del Reino Unido (ICO) en 2018 y la Comisión Federal de Comercio (FTC) de los EE.UU. durante 2019 hicieron lo propio.

Todos estos son agencias e instituciones como la FTC, la división antimonopolio del DOJ, el Congreso de la EEU, la Comisión Europea, y la Secretaría Estratégica de Negociaciones, Energía e Industria (BEIS) del Reino Unido, entre otras. también se discuten propuestas que sean capaces de generar nuevas herramientas que impidan a las grandes plataformas, como acciones anticompetitivas como el mal uso de datos.

Sus plantas generalmente coinciden con que la manipulación de datos a gran escala en estas grandes plataformas se utiliza para mover entrantes potenciales, concentrar el mercado publicitario, promover la compra de sus productos, impedir la creación de una empresa innovadora, además de la protección de datos personales vulnerables. .

Algunas de estas normas proponen restringir el poder de las plataformas, así como el uso de datos personales, así como su comportamiento anticompetitivo; incluyendo participar en uno de los proyectos de Ley en el Congreso de EE.UU. que ofrece la interoperabilidad y portabilidad de los datos de las grandes plataformas, tiene un elemento que todavía no pone en el centro de la discusión y es la condición conceptual y propietaria de la*grandes datos*.

Tanto desde la academia, como desde las agencias reguladoras ha implementado varios cuestionamientos y algunas proposiciones; pero cuando se trata del tratamiento de*grandes datos*de forma global, teniendo posibles regulaciones que limiten su apropiación privada y admitan tratado como libre agencia de acceso público? En cuanto a la academia como sectores de la sociedad civil, existe la necesidad de considerar*grandes datos*como un bien público a escala global.

Referencias

GRUPO ALIBABA.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https: //doc.irasia. com / listco / hk / alibabagroup / provisional / 2021 / intrep.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

ALFABETO.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https://abc.xyz/investor/static/pdf/20200204_alphabet_10K.pdf?cache=cdd6dbf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

AMAZONAS.**Reporte anual**.2019.Disponible:https://s2.q4cdn.com/299287126/files/doc_financials/proxy/2019-Proxy-Statement.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

AMÉRICA MÓVIL.**Reporte anual**. 2019.Disponible en: https: //s22.q4cdn. com/604986553/files/doc_financials/2019/ar/2019-20-F-ES.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

AMNISTÍA INTERNACIONAL.**Vigilantes de vigilancia**: el arreglo que representa el modelo de negociación de Google y Facebook para los derechos humanos. Londres: Amnistía Internacional, 2019. Disponible en:https: //www.amnesty.org/download/Documents/POL3014042019SPANISH.PDF . Consultado el 10 de octubre. 2020.

ANDRÉS, L.; IOSFIDIS, P. La regulación de los intermediarios de internet en un mundo de posverdad: ¿más allá de la política de medios?**La Gaceta de Comunicación Internacional**, v. 82, núm. 3, 2019. Disponible en:https: // doi. org/10.1177/1748048519828595 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

MANZANA.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https: //s2.q4cdn. com / 470004039 / archivos / doc_financials / 2020 / ar / _10-K-2020- (As-Filed) .pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

AT&T INC.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https: //inversores.att. com / ~ / media / Files / A / ATT-IR / informes-financieros/informes-anuales/2019/informe-anual-2019-completo.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

BECERRA, M.; MASTRINI, G.**La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015**: nuevos medios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Observacom, 2017.

BOLAÑO, C.**La industria cultural, la información y el capitalismo.**Londres: Palgrave Macmillan, 2015.

Bustamante, E.**Industrias creativas**: Amenazas sobre cultura digital. Barcelona: Gedisa, 2007.

BUSTAMANTE, E. (Coord.).**Crear un nuevo sistema de comunicación mundial.**. Madrid: Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003.

BUSTAMANTE, E.; ZALLO, R.**Las industrias culturales en España**: Multimedia y grupos transnacionales. Madrid: Akal Comunicación, 1988.

BUQUET, G.**El poder de Hollywood**: un análisis económico del mercado audiovisual en Europa y Estados Unidos. Madrid: Fundación del Autor, 2005.

CAREY JR., C. Corporaciones y Grandes Empresas.**Periódicos estadounidenses del siglo XIX**, Cengage Learning, 2008. Disponible en:https://www.gale.com/intl/essays/charles-w-carey-jr-corporations-big-business . Consultado el 10 de octubre. 2020.

CHINA MÓVIL.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https://www.chinamobileltd.com/en/ir/reports/ar2019.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

COMCAST.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https://www.cmcsa.com/ archivos-estaticos/ 0ff6a41f-c1ff-4c25-b07e-4ec8424907cf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

COMISIÓN EUROPEA.**COM (2020) 825 final 2020/0361 (COD)**. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/C Bruselas, 2020. Disponible en:https: // eur-lex. europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0825&from=es . Consultado el 10 de octubre. 2020.

COMISIÓN EUROPEA.**COM (2020) 842 final 2020/0374 (COD)**. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre Mercados Impugnables y Equitativos en el Sector Digital (Ley de Mercados Digitales). Bruselas, 2020. Disponible en:https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/ PDF /? uri = CELEX: 52020PC0842 & from = es . Consultado el 10 de octubre. 2020.

CREMER, J.; DE MONTJOYE, Y.; SCHWEITZER, H.**Política de competencia para la era digital**. Dirección General de Competencia, Comisión Europea. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2019. Disponible en:https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1 . Consultado el 14 de abril. 2020.

DANTAS, Mr. Convergencia Digital: entre los "jardines amurallados" y como obra pública. En: SEL, S.**Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo**: América Latina y sus cruzados. Buenos Aires: CLACSO, 2010. pág. 41-68.

DESJARDINS, J. ¿Cuántos datos se generan cada día?**Capitalista Visual**, 15 abr. 2019. Disponible en:https://www.visualcapitalist.com/cuantos-datos-se-generan-cada-dia/ . Accede al 4º set. 2020.

DEUTSCHE TELEKOM.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https: // informe. telekom.com/annual-report-2019/servicepages/downloads/files/entire_dtag_ar19.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

COMISIÓN EUROPEA. Facebook, Google y Twitter aceptan cambiar sus condiciones de servicio para que sean fáciles de usar y cumplan con las normas de la UE.**sala de prensa**, 15 feb. 2018. Disponible en:https://ec.europa.eu/ newsroom / just / item-detail.cfm?item_id=614254/ . Acceso 7 oct. 2020.

FACEBOOK.**Reporte anual**. 2018. Disponible en:https: //s21.q4cdn. com / 399680738 / archivos / doc_financials / annual_reports / 2018-Annual-Report . pdf. Consultado el 10 de octubre. 2020.

FLICHY, P.**Las industrias imaginarias.**Grenoble: PU de Grenoble, 1980.

FURMAN, J.**Desbloqueo de la competencia digital**: Informe del Panel de Expertos en Competencia Digital. Secretaría Estratégica de Empresa, Energía e Industria. Londres: UK Publishing Services, 2019. Disponible en:https: //activos.publi-

shing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_ data / file / 785547 / unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

GARHAM, N.**Capitalismo y Comunicación**: Cultura Global y Economía de la Información. Londres: Publicaciones Sage, 1990.

GSMA.**La economía móvil 2020**.2020a. Disponible en:https: // www. gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf . Consultado el 25 de marzo. 2020.

GSMA.**Espectro 5G**: Posición de política pública de GSMA. 2020b. Disponible en: https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2020/03/5G-Spectrum-Positions.pdf . Consultado el 25 de marzo. 2020.

HUET, A.**Capitalismo e industrias culturales.**Grenoble: PUG, 1978.

IGLESIAS, A. El principal negociador de Amazon no está en el negocio del comercio electrónico, sino en sus servicios en la nube.**Business Insider**, 1 feb. 2019. Disponible en:https://www.businessinsider.es/principal-negocio-amazon-servicios-cloud-368149 . Consultado el 6 de octubre. 2020.

KOMISSAROV, S. ¿La competencia realmente es un click a distancia? Propuestas antimonopolio para Silicon Valley.**Chasqui**, Quito, n. 142, dic. 2019. Disponible en: https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i142.4106 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

LEE, E.; KANG, CUS pierde la apelación que busca bloquear la fusión AT&T-Time Warner.**New York Times**, 26 feb. 2019. Disponible en:https://www.nytimes.com/2019/02/26/business/media/att-time-warner-appeal.html . Accede al 21 ene. 2021

LOS 50 meses más 2021.**Forbes**, 09 abr. 2021. Disponible en:https: // forbes. co/ 2021/04/09/editores-picks/los-50-mas-ricos-del-mundo-2021/ . Consultado el 22 de junio. 2021

MAHRENBACH, L.; MAYER, K.; PFEFFER, J. Visiones políticas de big data: visiones desde el Sur Global.**Trimestral del Tercer Mundo**, v. 39, núm. 10, pág. 1861-1882, oct. 2018. Disponible en:https://doi.org/10.1080/01436597.2018.1509700 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

MICROSOFT.**Reporte anual**. 2020. Disponible en: https://www.microsoft. com/inversor/informes/ar20/centro-de-descargas/. Consultado el 10 de octubre. 2020.

MIÈGE, B.; SALUM, J.**La Industrialización del Audiovisual.**París: Aubier, 1986.

MIGUEL, J. FCC Caracterización de la Regulación FCC.**Zer - Revisión de estudios de comunicación**, Bilbao, v. 12, núm. 23, pág. 119-137, noviembre. 2011. Disponible en:https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3648 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

MURPHY, A; HAVERSTOCK, E; GARA, A; HELMAN, C; VARDI, N. Global 2000: Cómo soportaron la pandemia las empresas públicas más grandes del mundo.

ic**Forbes**, 13 de mayo de 2021. Disponible en:https://www.forbes.com/lists/global2000/#62ee12395ac0 . Consultado el 22 de junio. 2021

NADLER, J.; CICELLINE, D.**Investigación de Competencia en Mercados Digitales**. Washington: Cámara de Representantes de EE. UU., 2020. Disponible en:https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/competition_in_digital_markets . pdf . Consultado el 2 de febrero 2020.

NEGROPOONTE, N.**Ser digitales.**Londres: Hodder & Stoughton, 1995.

NOAM, E.**¿Quién posee los medios de comunicación del mundo?**Concentración y propiedad de los medios en todo el mundo. [*SL*]: Prensa de la Universidad de Oxford, 2016.

OCDE.**Repensar las herramientas antimonopolio para plataformas multifacéticas**. 2018. Disponible en:http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-toolsfor-multi-side-platforms.htm . Consultado el 10 de octubre. 2020.

OWEN, B.; WILDMAN, S.**Vídeo Economía.**Cambridge: Prensa de la Universidad de Harvard, 1992.

PEIRANO, M.**El único que conoce el sistema.**: Manipulación de personas, ideas e influencias desde la economía de la atención. Buenos Aires: Debate, 2019.

PETROS, I.; LEIGHTON, A. Regulación de los intermediarios de Internet en un mundo de posverdad: ¿más allá de la política de medios?**La Gaceta de Comunicación Internacional**, v. 82, núm. 3, pág. 211-230, 2019.

PIKETY, T.**La capital de la vela XXI**. Paidós: Barcelona. 2014.

PWC.**Las 100 principales empresas mundiales por capitalización de mercado, 2020**. [*SL*]: PWC, 2021. Disponible en:https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/ assets/global-top-100-companies-june-2020-update.pdf . Consultado el 5 de marzo. 202

RIOUX, M.; VERDUGO ULLOA, F. Crear una nueva gobernanza global de las industrias culturales en la era digital.*En:*ALBORNOZ, L.; GARCÍA LEIVA, T. (Eds.). **El audiovisual en la era digital**: Políticas y Estrategias para la Diversidad. Barcelona: Cátedra, 2017. p. 43-70.

SEGOVIA ALONSO, A. La globalización y el término medio de la industria de los medios y las telecomunicaciones.**Investigaciones de la comunicacion**, Caracas, v. 1, norte 17, pág. 243-266, junio. 2005. Disponible en:https: //www.academia. edu/12028759/La_globalizaci%C3%B3n_y_el_mito_del_tama%C3%B1o_en_la_industria_medi%C3%A1tica_y_de_telecomunicaciones . Consultado el 8 de febrero. 2020.

SHORROKS, A.; DAVIES, J.; LLUBERAS, R.**Informe de riqueza mundial 2019**. [*SL*]: Instituto de Investigación, Credit Suisse, 2019. Disponible en:https: // www. credit-suisse.com/es/es/banca-privada/aprender-mas-sobre-las-tendencias-del-mercado/global-wealth-report-2019.html . Consultado el 16 de julio. 2020.

GRUPO BANCARIO SOFTBANK.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https: // group.softbank/system/files/pdf/ir/financials/annual_reports/annual-report_fy2020_01_en.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

SRNICEK, N.**Capitalismo de plataforma**. Buenos Aires: Caja Negra, 2018.

STUCKE, M.; GRUNES, A.**Big data y política de competencia**. Londres: Oxford University Press, 2018.

SUNDARAM, A. Nueva York propone un proyecto de ley antimonopolio que facilitaría demandar a las grandes tecnológicas.**CNBC**, 6 de agosto de 2020. Disponible en:https: // www.cnbc. com / 2020/08/06 / La ley antimonopolio del siglo XXI haría que sea más fácil demandar a la tecnología.html . Accede al 9º set. 2020.

T-MOBILE.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https: //s24.q4cdn. com/ 400059132/files/doc_financials/2019/ar/TMUS-2019-Annual-Report_ WD-(Final) .pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

TABARRINI, C. Entendiendo la Gran Mente. ¿El RGPD cierra la brecha de inteligibilidad entre humanos y máquinas? Próximo,**Revista de Derecho Europeo del Consumidor y del Mercado**, 1 jun. 2019. Disponible en:https://ssrn.com/abstract=3533225 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

TELÉFONO**Información Anual**. 2019. Disponible en:https: //www.telefonica. com/ documents/162467/141705147/Cuentas-anuales-consolidadas-2019. pdf / 5417b886-f979-72a6-884a-b8619b514d82 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

TENCENT.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https: //estático.www.tencent. com / subidas / 2020/04/02 / ed18b0a8465d8bb733e338a1abe76b73.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

TIKU, N. La UE golpea a Google con una tercera multa de mil millones de dólares. ¿Así que lo que? **cableado**, 28 mar. 2019. Disponible en:https://www.wired.com/story/eu-hits-googlethird-billion-dollar-fine-so-what/ . Consultado el 3 de noviembre 2020.

TIROLE, J.**La teoría de la organización industrial.**Barcelona: Ariel, 1990.

UNIÓN EUROPEA. Reglamento 2016/679, abr. 2016. Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se establece una excepción a la Directiva 95 /46/CE (Reglamento General de Protección de Datos).**Diario Oficial de la Unión Europea**, Luxemburgo, 2016. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CE-LEX:32016R0679&from=ES . Consultado el 27 de junio. 2020.

REINO UNIDO. Oficina del Comisionado de Información (ICO). ICO emite una multa máxima de £ 500,000 a Facebook por no proteger la información personal de los usuarios.**Noticias y Blogs**, 25 oct. 2018. Disponible en:https://ico.org. uk / about-the-ico / noticias-y-eventos / noticias-y-blogs / 2018/10 / facebook-emitido-con-máximo-500-000-multa / . Accede al conjunto 17. 2020.

REINO UNIDO. Nuevo régimen de competencia para los gigantes tecnológicos para brindar a los consumidores más opciones y control sobre sus datos, y garantizar que las empresas reciban un trato justo.**Presione soltar,**27 de noviembre 2020. Disponible en:https://www.gov. reino unido / gobierno / noticias / nuevo-régimen-de-competencia-para-los-gigantes-tecnológicos-para-dar-a-los-consumidores-más-opciones-y-control-sobre-sus-datos-y-garantizar-que-las-empresas-reciban-un-tratamiento-justo . Consultado el 3 de marzo. 2021

ESTADOS UNIDOS. Comisión Federal de Comercio. La FTC impone una multa de $ 5 mil millones y nuevas restricciones radicales de privacidad en Facebook.**Comunicados de prensa**, 24 de julio 2019. Disponible en:https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/07/ftc-imposes-5-billion-penalty-sweeping-new-privacy-restrictions . Consultado el 18 de octubre. 2020.

ESTADOS UNIDOS. Comisión Federal de Comercio. La FTC demanda a Facebook por monopolización ilegal.**Comunicados de prensa**, 20 dic. 2020. Disponible en:https: // www. ftc.gov/news-events/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-ilegal-monopolización . Consultado el 3 de febrero 2021

VERIZON.**Reporte anual**. 2019. Disponible en:https://www.verizon.com/about/sites/default/files/2019-Verizon-Annual-Report.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

PLC DEL GRUPO VODAFONE.**Reporte anual**. 2020. Disponible en:https: // www. vodafone.com/content/dam/vodcom/files/vdf_files_2020/pdfs/vodafoneananual-report-2020.pdf . Consultado el 10 de octubre. 2020.

VILLEGAS CAYÓN, J.**Las leyes antimonopolio de los Estados Unidos de América contra los monopolios y las prácticas restrictivas de la competencia**. Tesina (Doctorando en Derecho) - Facultad de Derecho, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2015. Disponible en:https: //eprints.ucm. es/id/eprint/54581/1/5329913994.pdf . Consultado el 2 de febrero 2020.

WATERMAN, D.; SHERMAN, R.; WOOK JI, S. La economía de la televisión en línea: desarrollo de la industria, agregación y TV en todas partes.**Política de Telecomunicaciones**, v. 37, núm. 9, pág. 725-736. 2013. DOI: 10.1016 / j.telpol.2013.07.005. Consultado el 10 de octubre. 2020.

WILSON SONSINI GOODRICH Y ROSATI. Paquete de ambiciosos proyectos de ley antimonopolio dirigidos a grandes empresas tecnológicas presentado en la Cámara.**JD Supra**, 16 jun. 2021. Disponible en:https://www.jdsupra.com/legalnews/package-of-ambitious-antitrust-bills-3393767/ . Consultado el 26 de julio. 2021

WU, T.**El interruptor principal**: ojo y cadena de los imperios de la información. México: FCE, 2016.

FUNDACIÓN WWW.**Contrato para la web.**[*SL*]: Fundación World Wide Web, 2019. Disponible en:https: // 9nrane41lq4966uwmljcfggv-wpengine. netdna-ssl.com/wp-content/uploads/Contract-for-the-Web-3.pdf . Consultado el 25 de abril. 2020.

ZILLNER, S.**Innovación impulsada por Big Data en sectores industriales**.*En*: CAVA-NILLAS J.; CURRY, E.; WAHLSTER, W. (Eds.).**Nuevos horizontes para una unidad de datos**

en Economía. Cham: Springer, 2016. pág. 169-178. Disponible en:https: // doi. org/ 10.1007/978-3-319-21569-3_9 . Consultado el 10 de octubre. 2020.

ZUBOFF, S.**La era del capitalismo vigilante**: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder. Barcelona: Paídos, 2020.



COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Regulación democrática de plataformas de discurso social: posibilidades de regulación regulatoria en Brasil

Regulación democrática de las plataformas de redes sociales: posibilidades de regulación regulada en Brasil

Regulación democrática de las plataformas de redes sociales: posibilidades de autorregulación regulada en Brasil

carlo jose napolitano

Profesor Associado da Universidade Paulista - UNESP, Departamento de Humanidades y Programas de Posgrado en Comunicación, Facultad de Arquitectura, Artes, Comunicación y Diseño, Bauru / SP, Profesor de Libros y Director de Comunicación, Departamento de Postmaster de Dirección de Estado, Facultad de Dirección, Universidad de São Paulo, Doctora en Sociología del Programa de Posgrado en Sociología de la Facultad de Ciencias y Letras de la UNESP / Araraquara, integrante del Grupo Pesquida Media and Social Media, coor-
nador da linha de pesquisa Direito à Comunicação.

Contacto:carlo.napolitano@unesp.br

Luis Henrique Ranzani

Licenciada en Comunicación Social con Énfasis en Publicidad y Propaganda en el Centro Universitario Sagrado Corazón.

Contacto:lh_ranzani@hotmail.com

Recibido el: 30.08.2021 - Aprobado el: 29.11.2021

Resumen

Motivados por la actual desregulación y concentración del mercado de plataformas de discurso social, las discusiones y propuestas de respeto a la regulación se presentarán en la agenda pública nacional e internacional. Nesse envió, el presente artículo, basado en una búsqueda bibliográfica y documental, buscará posibilidades de regulación en el contexto brasileño para encontrar diferentes propuestas de regulación democrática que se combinan con un movimiento de regulación convergente. Assim, pretende contribuir con una discusión sobre la regulación y limitación de las plataformas o la efectividad de la libertad de expresión y otros derechos fundamentales fuera de las plataformas de expresión social.

Palabras clave: Autorización reglamentaria. Regulación convergente. Regulación. Discursos sociales.

Resumen

Motivados por la desregulación y concentración del mercado de las plataformas de redes sociales, las discusiones sobre propuestas regulatorias están sujetas a prioridad en la agenda pública nacional e internacional. En ese sentido, este artículo, como parte de una investigación bibliográfica y documental, busca encontrar posibilidades regulatorias en el contexto brasileño de encontrar diferentes propuestas de regulación democrática que, si se combinan con un esfuerzo regulatorio, podrían ser realizadas. Por lo tanto, pretende contribuir a la discusión sobre la regulación y limitación del poder de las plataformas y la realización de la libertad de expresión y otros derechos fundamentales en el entorno de las plataformas sociales.

Palabras clave: Autorización reglamentaria. Regulación convergente. Regulación. Redes sociales.

Resumen

Motivados por la actual desregulación y concentración de las plataformas de redes sociales, las discusiones sobre propuestas regulatorias ganaron preponderancia en la agenda pública brasileña e internacional. De esta forma, este artículo, basado en una investigación bibliográfica y documental, tiene como objetivo encontrar posibilidades de regulación en el contexto brasileño reuniendo diferentes propuestas de regulación democrática, que si se combinan con un movimiento de regulación convergente, pueden ganar apoyo. Así, se pretende sumar a la discusión sobre la regulación y limitación del poder de las plataformas y la realización de la libertad de expresión y otros derechos fundamentales en el entorno de las plataformas de redes sociales.

Palabras clave: Autorregulación forzada. Regulación convergente. Regulación. Redes sociales.

1. Introducción

Con la desterritorialización de los poderes producto de la dominación dominante de la economía globalizada y supranacional, la construcción de una legislación basada en nuestros derechos humanos será un gran desafío para la Sección XXI. La reorganización de los poderes fácticos, pero no de todas las naciones, más privadas y transnacionales (BOLANÕ; VIEIRA, 2014), culmina en la desregulación total de los mercados, en los que hay dinamismo, supranacionalismo, economía y velocidad además de herramientas de materialización, por parte de los Estados Nacionales, derechos fundamentales a nuestros nuevos espacios de interacción.

Concentración extrema de capital en lo que respecta a la pequeña población de la población mundial en lo que respecta al sistema capitalista en particular, ya que las crisis económicas y sociales ya son profundas y duraderas. Este proceso de acumulación, que está en consonancia con el modelo económico capitalista y agrava la globalización económica, ha estado en consonancia con las peculiaridades del mercado actual históricamente firme, traduciéndose en privación de mano de obra y privatizaciones.

Este nuevo mercado está compuesto por agentes que, a diferencia del capitalismo industrial del siglo XX, no realizan el proceso clásico de transformación de materias primas en mercados y mercados. En buena parte, el proceso consistente, en buena parte, en la intermediación, por medio de plataformas digitales, las relaciones socioeconómicas y la venta de datos captados por los usuarios para su publicación (BO-LAÑO; VIEIRA, 2014; PARISER, 2012).

Hay varios tipos de plataformas digitales, como las plataformas de redes sociales.[1]Posesión de influencia especial sobre la gripe practicada en nuevos mercados en público, especialmente por la oligarquía, de forma oligopólica, una función de extrema relevancia para las democracias: el debate público mediador. Este medio, promovido por una empresa privada, normativo o espacio en el que se realizan las conexiones entre los usuarios y el debate público, donde se intercambian datos y se establecen relaciones comerciales. Actualmente, estas ubicaciones locales están abiertas a espacios públicos, donde se publica una gran cantidad de información pública y temas de interés público.

Contrariamente a lo que se acredita al determinar el momento histórico del pasaje, la mediación que se realiza en las plataformas digitales no tiene una vía neutra, es decir, se sirve como un soporte tecnológico anónimo. Los algoritmos, basados en datos basados en cada usuario, presentan una interfaz personalizada, con el fin de ordenar y, naturalmente, los contenidos responden a las características de cada usuario y los intereses de marketing de las empresas detenidas (2012).

1 Este estudio no se refiere a las “plataformas de discurso social” de la misma manera que Intervozes et al. (2020, p. 07): “Dado que no pretende ser todo intermediario de Internet, nuestros más determinados tipos de plataformas y aplicaciones cuyo principal servicio es permitir o facilitar el acceso a la información disponible en Internet y/o o para apoyar la expresión, comunicación e intercambio de contenidos entre nuestros usuarios. También incluye redes sociales, mecanismos de bus y plataformas para compartir videos, por ejemplo, aunque no incluye servicios de mensajería”.

Así, es plausible citar, entre otras cosas, derivaciones de esta estructura, con el título de ejemplo, que la propaganda de desinformación, que algunos han leído a lo largo de los procesos democráticos, frente a la segmentación algorítmica, acoplanda al usuario de moda. coincidieron en ello con la confirmación de sus ideologías. Assim, potencia la posibilidad de engagement entre contenido y usuario, moda para captar su atención al mayor ritmo posible, captando más papás y haciendo más anuncios. Otros ejemplos son las ecocámaras (RECUERO; ZAGO; SOARES, 2017) y filter-ball (RECUERO; ZAGO; SOARES, 2021), sensibles, en gran tamaño, a la polarización y al discurso sonoro que, en la segunda década del siglo XXI, no aparece en el debate público.

No tenemos control sobre la calidad de la participación de la empresa, la moderación del contenido dentro de estas ambiciones de hecho está mediada por la propiedad de la plataforma, lo que resulta en un espacio público regulado por empresas privadas, lo que aumenta el rendimiento de las cuentas con estados, Términos y Condiciones. (TeC) son abiertos y cumplen con los derechos humanos y las leyes nacionales, presentando un alto riesgo para la libertad de expresión y la calidad de la información que circula y es utilizada por los usuarios.

En consecuencia, tiende a señalar que como plataformas de discurso social no tiene debate público, su regulación es importante y hace posible y necesario establecer la transparencia y regulación social de los temas de interés nacional dentro del control privado.

En el Congreso Nacional de Brasil, a partir de 2018, varias propuestas abordan el objetivo de establecer la regulación de las plataformas digitales, variando gradualmente entre la desregulación total del mercado y el control excesivo del Estado sobre los derechos fundamentales de propiedad (RO-202121); . En este caso, el proyecto Lei 2.630, de 2020, fue transferido a la etapa avanzada de la Cámara de Diputados después de la aprobación por el Senado Federal y, durante el año 2021, se discutirán varias audiencias públicas sobre el Proyecto y la desinformación - que es el objeto principal de la propuesta. Por lo demás, el debate sobre la regulación de plataformas tiende, a nivel mundial, a ganar importancia en Brasil. Estos formularios, en cualquier eventual regulación de las plataformas de redes sociales, ¿Cuáles son las posibilidades en Brasil? Parece que estaba tratando de responder diciendo que no.

El tema, de todos los modos, carices de la experiencia teórica y práctica y, en este caso, debe prestar especial atención a los riesgos, beneficios y posibilidades en el contexto brasileño. Sendo assim, una primera parte de este post, elaborado en una presentación bibliográfica y documental, presenta detalles básicos para la formulación de una estructura de*regulación regulada*

en Brasil, que depende del modo de obtener una regulación democrática de las plataformas digitales adecuada para nuestra economía, especialmente con referencia a Azevedo (2020), Abboud y Campos (2020), Intervozes*y otros*. (2020) y Fariño (2020).

En la segunda parte, a partir de la*convergencia regulatoria*de Blotta y Francischelli (2020), en el sentido de que no existe una diferenciación entre soporte tecnológico o aplicación por analogía con normas existentes que puedan servir como antítesis de agencia reguladora o comités internos de cumplimiento de un modelo social, *regulación regulada*, funciona como fermentador como facilitador de los procesos de toma de decisiones de los agentes positivos que aportan la estabilidad de los nuevos mercados regulatorios.

El trabajo concluye que el modelo regulatorio de regulación regulatoria como alternativa al establecimiento de nuevos mercados regulatorios de las plataformas de discurso social de Brasil y, combinado con un movimiento convergente de leyes vigentes y vigentes, puede ser respetado. En aras de la exhaustividad, las propuestas de regulación deben considerar la existencia de entidades legales restrictivas para responsabilizar a las sociedades de gestión.

2 La autorregulación regulada como modelo de regulación de las plataformas de expresión social

Si hubiera discusiones persistentes sobre la posibilidad de plataformas sociales regulares, de acuerdo con Abboud y Campos (2020) se podría argumentar que, como plataformas, que poseen empresas privadas, con intereses privados, esto implicaría regulación y moderación de contenido en espacios públicos, sustraer o promover determinados objetos en su interior de acuerdo con sus intereses particulares, ya que los Términos y Condiciones (TeC) son claros y ajustados a las leyes nacionales, muchas de ellas respetando los derechos fundamentales. (INTERVO*y otros*., 2020).

Para ejemplificar las consecuencias de la moderación privada del espacio público y los opacos y desconformes del TeC, me gustaría referirme a casos recientes en los que, durante el conflicto entre Israel y Palestina, corregido en mayo de 2021, Facebook eliminó masivamente publicaciones continham o el término “Sionista” ya que su condición es predominantemente estable. Como agravante, declaró previamente antecedentes que aún no había decidido sobre la legalidad o plazo de la plataforma (BIDDLE, 2021). De esta forma, los palestinos que denuncien o protesten contra determinadas acciones del Estado de Israel verán silenciadas sus voces mediante una regulación de contenido privado y criterios claros, culminando en posibles atentados a la libertad de expresión.

Otro factor a tener en cuenta, en lo que respecta a la realidad brasileña, es que la preocupación preventiva es un intento tentativo reciente de los funcionarios del gobierno para promover publicaciones con contenido ilegal, potenciando escenarios de desinformación y propaganda.[2] Por lo tanto, si las plataformas son regulares y los gobiernos autoritarios también intentan hacerlo, entonces esto no es posible de regular.
- las, mas como regulá-las.

Abboud y Campos (2020) afirman que "las grandes ligas como libertadores fundamentales en el mundo digital no son necesaria y exclusivamente del Estado" se establece en la relación Estado-Sujeito, en el momento histórico actual este foco debe estar en el Sujeito-Sujeito relación. Fácil (1999 *apud* ABBOUD; CAMPOS, 2020), por su parte, expresa que "La regulación de Internet se rige por un futuro y se rige por una acción legislativa indirecta".

Para Hoffmann-Riem (2019, p. 535), en relación con los riesgos considerables de la manipulación de internet,

> [...] tiene derecho a actuar en su función directiva protectora y preventiva, y se preocupa cada vez más por la extensión del orden jurídico para garantizar la libertad sin tal defensa contra la injerencia del Estado, pero también contra tales causas. para las propiedades privadas, especialmente poderosas desde el punto de vista de la economía económica.

Si pides, por, por *como* regularmente, debe prestar especial atención a los riesgos que puede presentar una materialización legislativa material legislativo de un modelo normativo en su estructura no debe ser estudiado y delimitado, principalmente proponiendo que los mecanismos de control tienen derechos fundamentales la libertad de expresión o la libertad económica.

Discutiremos las discusiones sobre la estructura de regulación de las plataformas con características democráticas, incluidas las formas plurales y representativas de los agentes, como las empresas de detención, las empresas, los grupos de interés.[3] (GIP) y organismos reguladores del Estado, así como la intuición de estimar la estabilidad jurídica, la impecabilidad, la independencia y las contramedidas de interés en todos los supuestos de importación supuestos de utilidad e interés público (AZEVEDO, 2020).

Embora como propuestas de construcción será de acuerdo con las autoridades y los territorios en los que pretenden implementar la regulación, la obra

2 Actas de decreto publicadas por el Ministerio de Cultura en junio de 2021 demostraron intentos regulares de plataformas de discursos sociales en modo autoritario, creando un escenario en el que es posible una enmienda postal reciente antes de la revisión judicial. Los medios fueron criticados por Directing Coalition in Speech (2021), que pidió protecciones de los medios a la "desinformación y la propaganda de audio".

3 "Nosotros, los autores, debemos recibir toda la información que se pasa a los reguladores, así como participar en las negociaciones reguladas por el gobernador y tener la facultad de iniciar inversiones e investigar posibles irregularidades., 2020, p. 147). Estaremos uniendo grupos: universitarios, periodistas, abogados y administradores públicos.

4 Para Azevedo (2020, p. 155), una regulación regulatoria puede tener, en la formulación de manuales regras pelas empresas y en su presentación como agencias reguladoras, una “extensión y una individualización de la teoría de la correlación” de Ayres y Braithwaite, “ esta estrategia se comercializa como una negociación continua entre el Estado y las empresas reguladas [...]”. También es posible afirmar que la regulación regulatoria rige la regulación privada y estatal, y que es precisamente el diálogo entre las partes objetivas del modelo.

es como si algunos de los reclamos se hicieran de acuerdo con el entorno legal brasileño.

Si, por el contrario, la condición de inexperto del Estado está relacionada con un objeto complejo, requerimos especial atención a la redacción de los materiales normativos, que no hipotetizamos que ofrezcan riesgos a la libertad de expresión, consideren relaciones internacionales que demuestren preocupación por el nivel y la calidad de la libertad de expresión en Brasil nuestros últimos años (CHAPULTEPEC, 2020; ARTÍCULO 19, 2020).

Entre varias propuestas para una regulación democrática, el modelo de regulación regulatoria, que aquí se sugiere, aparece como una alternativa relevante para la reducción de brechas entre el cumplimiento y las empresas de plataformas digitales. Subretudo al considerar estimar mecanismos de transparencia y aplicación de los mismos preservando la capacidad de respuesta a los nuevos panoramas tecnológicos y de mercado que están cambiando rápida e incesantemente, redundando en una mayor y mayor perdurabilidad en el cumplimiento del 2020. Además, con la formulación de los mecanismos determinantes de que se tratará la secuencia, es posible que ésta no pueda conservar ningún significado, así como expresar la libertad de expresión.

Para Azevedo (2020, p. 155), la concepción original del concepto de regulación regulada “no es artículo*Autorregulación Forzada: Una Nueva Estrategia para el Control del Crimen Corporativo*, escrito por John Braithwaite y publicado en 1982”, no es una estrategia y es visto como un intermediario entre una regulación y un *comando y control*en el interior de la pirámide de*aplicación*, establece un diálogo entre los organismos reguladores públicos y los agentes privados.

Para Abboud y Campos (2020), el instituto de autorregulación regulado puede considerarse “una forma moderna de regulación indirecta, que se compara con las condiciones de posibilidad de regulación de monedas complejas como el mundo digital”.

Las Entrevistas y varias otras entidades con la misma representación que investigamos la comunicación en América Latina afirman que como iniciativas que contemplan una regulación que incluye “la autorregulación, una co- - reglamento o regulación pública” (INTERVOZOS*et al.*, 2020, pág. 09) - como es el caso de la regulación regulada[4]- son formas importantes de mantenimiento regular de una atmósfera democrática en Internet. En segundo lugar, son plataformas que debemos incorporar en nuestra TeC principios de “transparencia, rendimiento de cuenta, proceso reducido, necesidad, proporcionalidad, no discriminación y derecho a la defensa” (INTERVOZES*y otros*., 2020, pág. 10), y las plataformas a gran escala sin debate público deberían estar sujetas a reglas asimétricas, pero se requieren más plataformas importantes.

Además de los diversos abortos, ángulos, nomenclaturas y propuestas que tiene para ello toda propuesta de regulación democrática, es objeto de ellas: (I) la participación de los diversos miembros de la sociedad como forma de equilibrar el proceso normativo, es, son nuestros directorios; (II) la realización de cuentas y la provisión de transparencia; (III) proporcionalidad entre el grado de regulación o importación de agentes de la misma naturaleza; e (IV) los límites negativos de la regulación como forma de nutrición en los términos de libertad de expresión y economía.

El presente estudio, por lo tanto, busca presentar las características básicas de la estructura de *regulación regulada* discutir el tema y, al mismo tiempo, introducir precedentes introductorios que contribuyan a una regulación democrática, organizándolos en cuatro temas de actualidad y superficiales, de los que aprenderemos tanto de lo que entendemos como de lo que estamos hablando.

I - Para Azevedo (2020, p. 147), participa en un órgano regulador, tiene comités internos de cumplimiento, tiene órganos reguladores, debe ser diversa, basada en la no representatividad y pluralidad de miembros, así como temporal con rotación de miembros , entonces "debe existir la posibilidad de corrupción y captura de miembros por parte de las empresas".

Para Entrevistas *y otros*. (2020, p. 25), se debe hacer una regulación por “órgano público especializado con perspectiva de expresión de la libertad de expresión”, como el concepto de “público”[5] puede ser interpretado como uno de los órganos reguladores del Estado compuesto únicamente por miembros técnicos o entidad, en consonancia con el coloquio de Azevedo (2020, p. 157), incluyendo, además de agentes estatales, agentes de iniciativa privada y GIP - é a modelo de “quanta à regras privado” y un quanto ao público *aplicación*”. “Nesse envió, la regulación regulada por lo tanto 'induce' al colocador privado a contribuir a la compresión de las tarifas públicas” (MARANHÃO, 2020).

Invariablemente, la regulación será realizada por la agencia reguladora (si existe o no). Assim, lo que se discute es la severidad de la participación privada y la publicidad en las formulaciones de los directores para uso del órgano de control y del comité interno, que por su parte es un órgano interno con el que tratan varios miembros del departamento de impuestos. agentes tributarios con condiciones reglamentarias definidas por normas, ambas de carácter privado, así como manuales de cumplimiento.

II - El funcionamiento de las cuentas y la transparencia de las plataformas en relación con la sociedad pueden reformarse en menos de dos puntos adaptándose a las condiciones de *regulación regulada*. En primer lugar, se incluye en las plataformas la redacción de manuales de cumplimiento (aquellos que sirven a los empleados de las plataformas orientando a su gemela a la decisión), que deben presentar el documento por el cual se ratifica o se ajusta adecuadamente a los requerimientos del organismo. Con este modelo, como

5 Entiendo posibles interpretaciones, pero el documento no tiene una definición pública. entende- - si bien hay al menos dos interpretaciones que poseen el concepto de público: (1) la gram, en la que no hay separación entre lo público y lo de Estado, sí que para Gramsci no incluye un área separada de Estado y mercado; (2) o habermasiano, segundo o qual o public é “o posto ao statatal e commercial” (VIEIRA; COUTI- NHO, 2016, p. 318).

6 Contenidos retirados y perdidos.

las empresas pueden crear y adaptar sus lamentos de acuerdo con los requisitos de las colocaciones, así como en la fase, de acuerdo con el certificado de conformidad con la legislación y los derechos fundamentales (AZEVEDO, 2020).

Esta “simbiosis” entre autorregulación y regulación estatal es avalada por el medio correspondiente a Intervozes*y otros*. (2020). Abboud y Campos (2020) afirman que esta participación “no debe consistir en aumentar la vigilancia pública y la tributación sin cumplir con las normas legales”, sino “procurar una determinación positiva de ordenamiento y sustentar en esta posición” nuestros límites de código algorítmico y estándares legales” .

Por otra parte, el establecimiento de una tabla periódica de requisitos de formulación servirá de plataforma para la realización de cuentas en materia de decisiones, así como para la recepción de denuncias o desistimientos, incluyendo otra información aportada y presentada de posibles vulneraciones y derechos fundamentales. , por ejemplo censurado por*sobrebloqueo*[6].

III - Cada plataforma, de acuerdo con su importancia y su debate público, debe regirse por un enfoque proporcionado. Deshacerse del derecho de ecualización, que se basa en el sistema legal brasileño, establece condiciones mínimas de operación para todas las plataformas, instituto-
- hay más requisitos para*jugadores*importante, tanto como para no promover la competitividad - es menos probable que las plataformas vigorizantes deban cumplir con todos los requisitos requeridos - mientras que las plataformas principales pueden tener una mayor influencia en el debate público y, asimilación, es necesario aumentar*y otros*., 2020).

Azevedo (2020, p. 157) establece una orientación que pretende distanciarse de las desventajas del modelo de autorregulación regulada: no establece una “regulación de liquidación universal”, permitiendo que el manual sea editado para estar “perfectamente adaptado a la misma “propuesta y modelo propio de negociaciones”, o sea, Azevedo, no establece explícitamente una regulación diferente de cada plataforma de convenio con su tamanho, incluye la posibilidad de edición individual por manual que permite la adaptabilidad normativa.

IV - En última instancia, para regular el territorio brasileño, no permitiremos la entrada de contrabandistas a países con libertad de expresión para ciudadanos que están restringidos mediante el principio de forzar espacios virtuales saludados, como Malasia, Filipinas y Malasia 2020), es importante establecer límites negativos como forma de tutela de los derechos fundamentales, así como el punto de vista de los derechos individuales como colectivos.

Para Farinho (2020), los límites negativos de los derechos fundamentales que se exaltan para existir como garantía de la liberación de las partes, se eco-

nómica o expresión de pensión. Send assim, los límites negativos deben observarse en dos ambiciones:

(1) Sí *Organismo regulador en relación con las plataformas*, o seja,

> [...] la obtención de tarifas administrativas determinadas por el legislador debe ser confrontada y ponderada como libertades fundamentales de los títulos de los discursos sociales, en particular como la libertad de determinación como regla de los discursos sociales que claman. Nesta medida, la libertad de iniciativas económicas y el derecho de propiedad por encima de los límites -de acuerdo con posiciones jurídicas que obligan y pesan- a tramitar tarifas administrativas sujetas a regulación. (FARINHO, 2020)

(2) cuantos años *Límites negativos de las plataformas en relación con los usuarios*, tiene que observar la sumisión al órgano regulador que los manuales y relaciones erigidas pelasformas platformes deverão estar sujeitos (AZEVEDO, 2020). Sendo asi, *ex ante*, se ratificará o no un certificado de conformidad con las mismas, de manera transparente, democrática, sancionable por la ley y respetando los derechos fundamentales, a diferencia del proceso actual, en el que la autorización, en principio, no es certificada por nadie. *Ex post*, los periódicos presentan imprecisiones dentro de la especificidad de la temporalidad, presentando cuentas del órgano de gobierno y de la sociedad, facilitando peculiaridades, debates e invirtiendo en cuestiones elitistas, como por ejemplo campañas e incumplimientos.

Introducido algunos parámetros que se requieren como fundamentos en la estructura de un mecanismo de regulación regulada en el contexto brasileño, se pretende que sea una agencia reguladora necesaria para la implementación de tales comportamientos, el diálogo se lleva a cabo de los discursos sociales. Sea cual fuere su composición, es igualmente contundente que la pluralidad es su fundador, con miras a la obtención de decisiones representativas que respeten los puntos de presión de la libertad de expresión y derivados.

Como agencias reguladoras, en su proceso de toma de decisiones, podrán hacer cumplir la ley punitiva.[7], a diferencia de nuestras respectivas recomendaciones y requerimientos, teniendo siempre la posibilidad de revisión de estas decisiones por el Poder Judicial, en los términos del artículo 5º, XXXV, de la Constitución Federal brasileña. En consecuencia, además del establecimiento de un nuevo mercado regulatorio, pueden requerir los existentes que prevén distintas relaciones jurídicas establecidas al interior de una plataforma, son modos de pensamiento convergentes para lograr la elaboración de agentes de trabajo -público y privado. .

7 Para Azevedo (2020), la rendición de cuentas es importante para que la agencia reguladora tenga una reparación legal proporcionada para el cumplimiento normativo. Estas formas, si no son punibles con un pinchazo -por el hecho de que son los primeros en ser tildados- no hay ninguna institución que respete al ente regulador, que puede sancionar, paulatinamente, o al reglamento que quiera cometer irregularidades.

Por ello, en la próxima sesión se añadirá el presente artículo para acceder a la posibilidad de*regulación convergente*como estrategia subsidiaria para la aplicación de normas y positivos en los archivos jurídicos brasileños, presuponiendo precedentes para nuevos mercados regulatorios y funcionando como antídoto para las agencias reguladoras. Mar*regulación regulada*es una estructura para la regulación de las plataformas digitales, la posibilidad de*regulación convergente*, aquí está, puede ser una estrategia y una base para la toma de decisiones entre los reguladores y los comités internos de cumplimiento, o cumplimiento manual de cumplimiento.

3 Convergencia Normativa como Auxiliar de la Nueva Normativa

Si bien muchos fallan en los espacios físicos en comparación con los espacios virtuales durante los nuevos años, la diferenciación entre las dos categorías es aún más intensa. Los dispositivos de acceso utilizados no tienen computadora del mes y el usuario se distancia de las interacciones diarias e interactúa con un pequeño grupo de usuarios con un ambiente limitado numérica y tecnológicamente a partir de ahora. En la actualidad, 2021, hay miles de millones de usuarios interactuando a alta velocidad a través de mi internet móvil, sin limitación geográfica, la forma en que gira el internet de vez en cuando presenta una amplia gama de personas. “Nessa linha, el ciberespacio no es un lugar nuevo y distinto, pero no siento un espacio desconectado del mundo físico o partes separadas por frentes” (CARVALHO, 2018, p. 222).

Las interacciones económicas, sociales y de interés público se presentan en las mismas áreas que nuestras interacciones más tradicionales. En muchos nichos, o*en línea*Ejerzo mayor poder económico y conciencia pública que los mercados tradicionales (CARVALHO, 2018). O*en línea*es, por tanto, una extensión de la vida cotidiana, es complementaria, no opuesta; diferente.

Cabe señalar que la arquitectura técnica prevalece totalmente sobre la soberanía estatal y considera que las tecnologías son una consecuencia de las escuelas políticas, no determinadas por esa tecnología. Leviano afirma, de manera más sencilla, que el Estado es una enemistad a combatir, “considerando que la soberanía nacional y como fronteras constituyen elementos esenciales de la organización política de las sociedades contemporáneas”, importante para asegurar que “la promoción y defensa cuanto convencimiento entre culturas ”(CARVALHO, 2018, p. 221).

No obstante, en su caso, eliminará eficiencias y legitimidad jurídica en la complejidad que entraña la territorialidad o la construcción técnica, y exigirá la elaboración de dichos proyectos o la provisión de acceso a Internet, de forma que se garantice una extensión en la misma medida. como ocorre la extensión de las actividades humanas sin referente espacial.

8 No se cita ningún artículo, aborda-
- es un tipo de OTT cercano a la definición de Azevedo (2020, p. 134):

midores acceden a un variado contenido audiovisual [...] para la transmisión de datos a través de Internet". Todavia, para hacer streaming y video on demand (VoD), tal y como lo define la OTT, no parece ser un puente pacífico, pero puede ampliarse: "[...] en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), ONU dedicado a temas relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), además de la Recomendación del Grupo de Trabajo SG3 (que trata aspectos económicos, financieros y regulatorios), que define a los OTT como posibles aplicaciones directas o funcionales de forma o servicios de las telecomunicaciones tradicionales'. En la práctica, con esta definición, la UIT circunscribe la definición de OTT como aplicaciones que son compatibles con los servicios de telecomunicaciones, en particular los servicios de video,

Esta directiva, Blotta y Francischelli (2020, p. 48) afirman que "uno de los problemas fundamentales para la economía política es que la convergencia mediocre no va acompañada de convergencia regulatoria" y que la situación resultante de la aplicación del conjunto de OTTs no converge. servicios[8]creó "vacantes y asimetrías jurídico-tributarias" que podrían ser suplidas por la aplicación de disposiciones legales sin discriminación de soporte tecnológico.

> Usamos el término "regulatorio" y no "regulatorio" en términos de perspectiva regulatoria convergente, que no admite la posibilidad de procesos regulatorios-legislativos o sociales para la creación de nuevos mercados que concreticen y justifiquen la cultura social, la independencia de medios y frentes. , sino también interpretaciones jurídicas y éticas susceptibles de aplicarse por analogía, diante de los vacíos legales sobre disposiciones legales más digitales, de otros ordenamientos que regulan estos principios y disposiciones y preceptos. (BLOTTA; FRANCISCHELLI, 2020, p. 48)

Deshágase del texto citado con una mayor especificación y regulación de la plataforma*excesivo*, he aquí las dinámicas regulatorias que se proponen como alternativas alternativas a la regulación de las plataformas de discurso social, no entendiendo un mismo objeto -sí hay dos tipos distintos de plataforma digital con sus respectivas particularidades-, considerando el movimiento convergente en el que se han considerado las normas Legislativas de forma independiente desde mayo para abordar las tensiones, demostrando "un trato isonómico entre los servicios prestados en Internet y los fundamentos de la legislación brasileña [...]" (BLOTTA; FRANCISCHELLI, 2020, p. 52).

> Internet no opera como un medio de comunicación, sino como un modo híbrido que converge con tecnologías anteriores, exigente, portátil, una regulación convergente capaz de equilibrar intereses públicos y privados en telecomunicaciones, redes sociales. (BLOTTA; FRANCIS-CHELLI, 2020, p. 51)

Dynamics semelhante, infere-se, se puede encontrar en un ejemplo importante, hablando de dos pequeños ejemplos de una estructura de*regulación regulada*en el contexto internacional. A*Ley de aplicación de la red*(NetzDG), la institución alemana, a partir de 2017, es responsable de que los intermediarios no combinen el discurso de audio con las plataformas digitales y el desempeño de las cuentas gubernamentales, así como las empresas de plataformas a gran escala para actuar en conjunto con las reuniones anteriores em

ambientes controlados por ellos. Por tanto, no tiene por qué ser tan vacío como un modelo aplicado a otros territorios con citas más críticas (ABBOUD; CAMPOS, 2020).

Sin embargo, no es posible establecer simplemente una importación de ideas, independientemente del punto de atención o de lo que se pretenda y el texto del artículo 3º de*Ley de aplicación de la red*:

> En cuanto a los contenidos considerados no siguientes al primer párrafo son los que anteceden a los tipos de pluma de las secs. 86, 86a, 89a, 91, 100a, 111, 126, 129 a 129b, 130, 131, 140, 166, 184b en relación con 184d , 185 a 187, 201a, 241 o 269 del Código Procesal Penal. (ALEMANHA, 2017, traducción de nossa)

El artículo de Nesse de NetzDG se ubica como tipificaciones, o si se define como se aplicarán las herramientas normativas del país, como resultado de la reforma, sin incrustar las plataformas digitales, en la medida en que no se haya creado una nueva tipificación, parece tener

De los 20 artículos del Código de Procedimiento Penal alemán citados, no se menciona explícitamente ningún término que no pretenda caracterizar el soporte de tecnología digital. El artículo 184d se encuentra en los términos "*radiodifusión*"MI"*servicios de telemedios*", lo que puede sugerir una convergencia de la ley, reforzando la aplicación de un estándar de un entorno físico, tradicional, análogo, no*en-*
- *línea*, digital, convergente, compatible con Blotta y Francischelli (2020).

No hay necesidad de criminalizar a los usuarios, pero establecer, o reformar, que aquellos que están decididos a comportarse, como en el mundo físico, deben ser independientes del soporte tecnológico. Siguiendo esta lógica, observe las dos ventajas: (1) la simplificación del proceso legislativo, sin perjuicio de la creación de instrumentos normativos nuevos y ultrapasivos, estos forman una discusión orbital en cuál de los requisitos / directivas se hacen cumplir o se acuerda fossem crea nuevas tipificaciones , seriam en número menor, conferencias celebrando el proceso; (2) existe un margen interpretativo menor para las empresas detenidas de las plataformas y agencias reguladoras que pueden ser utilizadas por las autoridades existentes para volver a la jurisprudencia existente (ABBOUD; CAMPOS, 2020)

El ejemplo coloquial sirve para demostrar que "garantizar estos derechos y fundamentos fundamentales vinculados a la comunicación social [...]" especifica "prevalencia, independencia de segmento de mercado, tecnología o forma de uso" (BLOTTA; FRANCISCHELLI, 2020, p. 61) . Aparece para tratar materia penal bajo reglamento tedesca, aplicación por analogía con disposiciones legales

siguiendo un movimiento convergente, en concordancia con la propuesta de Blotta y Francischelli (2020) de abordar la regulación de plataformas con diferentes características, se puede observar en un arreglo que no brasileño, demostrando una posibilidad que, si discutida, estructurada y condensada contexto local, puede servir como base para nuevos mercados regulatorios.

Se entiende que la defensa propuesta por este caso no depende de la dirección de la criminalización o del control del contenido de las plataformas de discurso social, sino de la regulación democrática, convergente, dinámica y focalizada de nuestros “discursos incompetentes” y alborotos; BONO- NE; MIELLI, 2021, p. 46) que no hay ambiciones en las que la opacidad, la desinformación, el audiodiscurso y el deregramento encuentren espacio propicio, de manera que pueda regularse si es necesario y no de inmediato ni siquiera objetar en distintos soportes tecnológicos.

Conclusiones

Este artículo se basa en la necesidad y posibilidad de propuestas de regulación de las plataformas de redes sociales en el contexto brasileño. Demostrar que, ante las nuevas dinámicas económicas, en particular la desregulación de los mercados y la privatización del espacio público, se requieren nuevas formas de regulación.

Esta necesidad, sin embargo, exige la provisión de seguridad -y el incumplimiento- de sus derechos fundamentales. Por tanto, existen propuestas de regulación que ejemplifican una regulación democrática, plural y punitiva basada en principios legítimos que hemos visto en diversas fuentes. A*regulación regulada*es una alternativa relevante para el intento de adecuación de las empresas privadas, así como las legislaciones que instituyen el diálogo entre las iniciativas privadas, los grupos de interés y las agencias reguladoras del gobierno, participando en el desarrollo económico y tecnológico, así como particularmente eficaz.

Cómo fermentar fermentar, un*convergencia regulatoria*puede ser visto como subsidiando y anticipando la formación de nuevos mercados regulatorios, nuevas agencias regulatorias y manuales internos de cumplimiento, siempre y cuando su aplicación legal esté en concordancia con las marcas y establecimientos, simplificando el entorno regulatorio. Sin embargo, como ejemplo de la responsabilidad de la institución alemana en las plataformas digitales, también se ha demostrado que no se le puede atribuir ningún material normativo en diferentes contextos, pero que los ejemplos internacionales pueden -y deben- ser considerados para la redacción. En el ejemplo coloquial, se cree que el movimiento convergente de la materia jurídica también se puede observar en las disposiciones legales en aras del contexto brasileño.

Assim, este trabajo concluye que existen posibilidades de regulación democrática de las plataformas de discurso social en el contexto brasileño que se pueden encontrar en las leyes existentes sin el arcabouço legal brasileño.

Por ejemplo, es necesario que, para que las posibilidades - que figuramos aquí como el objeto del artículo - sean consideradas, puede haber limitaciones en el derecho brasileño si hay una agencia reguladora en el tema de su posibilidad de ser refrenado debido a la fuerza racional del capital internacional, sin perjuicio de los derechos fundamentales sin perjuicio de las plataformas de discurso social y no apoya la actual desregulación del mercado. Las limitaciones son que, por su propia naturaleza, no debemos tratar de desalentar este trabajo y, en consecuencia, la necesidad de futuros estudios para abordar este tema.

Referencias

ABBOUD, G.; CAMPOS, R. La normativa reglamentaria rige el modelo de derecho procesal.*En*: ABBOUD, G.; NERY JR, N.; CAMPOS, R. (Orgs.).***Noticias falsas* y regulación**. Versión Kindle. 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.

ALEMANHA.**Ley de aplicación de la red.**Boletín de leyes federales, pág. 3352. conjunto. 2017. Disponible en:https://germanlawarchive.iuscomp.org/?p=1245 . Consultado el 29 de noviembre. 2021

ARTICULO 19.**Versión Global Express 2019/2020**. [*S. l.*]: Artículo 19, 2020. Disponible en:https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/2020/10/SumarioExecutivoGxR_PT.pdf . Consultado el: 9 de julio. 2020.

AZEVEDO, CHAJ Una regulación de los servicios de transmisión de video over-the-top por parte de los auditores brasileños: una propuesta para un modelo regulatorio regulado.**Revista Dirista, Estado y Telecomunicaciones**, v. 12, núm. 2, pág. 133-171, fuera. 2020.

BIDDLE, S. Facebook apela a los críticos en Israel que usan el término 'sionista'.**El intercepto brasil**, jul. 2021. Disponible en:https: // la intercepción. com / 2021/05/24 / facebook-criticas-israel-sionista / . Consultado en: 8 de julio. 2021

BLOTTA, V.; FRANCISCHELLI, G. Medios convergentes y regulación convergente: dinámicas y políticas audiovisuales desde Internet.**Revista Eptica**, v. 22, núm. 3, pág. 45-65, set.-dic. 2020.

BOLAÑO, C.; VIEIRA, E. Economía política de Internet y sitios de redes sociales. **Revista Eptica**, v. 16, núm. 2, pág. 75-88, mayo-ago. 2014.

CARVALHO, L. Soberanía digital: legitimidad y eficacia de la aplicación de Internet. **Revista Brasileira de Direito**, v. 14, núm. 2, pág. 213-235, hace. 2020.

CASTRO, O. Over-the-top Services: Concesiones y disputas pueden tener consecuencias para su regulación.**Política**, jun. 2018. Disponible en:https: // policy.org.br/edicoes/servi%C3%A7os-over-top-conceitos-em-disputa-

- podem-ter-consequ% C3% AAncias-para-su-regula% C3% A7% C3% A3o . Consultado el: 5 de noviembre. 2021

CAPULTEPEC.**Brasil:**libertades amenazadas e medio de una crisis institucional. 2020. Disponible en:https://artigo19.org/wp-content/blogs.dir/24/files/ 2020/10/ SumarioExecutivoGxR_PT.pdf . Consultado el: 9 de julio. 2020.

COALIZÃO DIREITOS NA REDE. El intento de Bolsonaro de proteger la cobertura de audio y video podría cubrir Internet.**Coalición de Directores en Discurso**, jun. 2021. Disponible en:https://direitosnarede.org.br/2021/06/08/ tentativa-de-bolsonaro-de-proteger-a-difusao-de-odio-e-desinformacao- - pode-quebrar-a-internet / . Consultado en: 8 de julio. 2021

FARINHO, DS Delimitación del espectro regulatorio de las redes sociales.*En*: AB-BOUD, G.; NERY JR, N.; CAMPOS, R. (Orgs.).***Noticias falsas*****y regulación**. Edición Kindle 2. ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.

ÍNDICE GLOBAL DE DESINFORMACIÓN.**La pregunta del cuarto de billón de dólares: ¿Cómo es la tecnología publicitaria de juegos de desinformación?**[*S. l.*]: GDI, 2019. Disponible en:https://disinformationindex.org/wp-content/uploads/2019/09/ GDI_Adtech_Report_Screen_AW16.pdf . Consultado el: 08 de julio. 2021

HOFFMANN-RIEM, W. Autorización, Autorización y Regulación de Autorización en el Contexto Digital.**Revista da Ajuris**, v. 46, núm. 146, pág. 529-553, jun. 2019.

INTERVOES*y otros*.**Padrões por una regulación democrática de las grandes plataformas que garantizan la libertad de expresión en línea e Internet libro y alerta**. [*S. l.*:*sn*], 2020. Disponible en:https://app.rios.org.br/index.php/apps/ onlyoffice/s/XnQtAqTfcmqqMwK . Consultado en: 8 de julio. 2021

MARANHÃO, J. Fake News y regulación normativa que rige los discursos sociales en Brasil: fundamentos constitucionales.*En*: ABBOUD, G.; NERY JR, N.; CAM-POS, R. (Orgs.).***Noticias falsas*****y regulación**. Versión Kindle. 2ª ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2020.

PARÍSER, E.**El filtro invisible**. Río de Janeiro: Zahar, 2012.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. Social media y filter-balls en conversaciones políticas en Twitter.*En*:LIBRO ANUAL DE COMPONES, 26., 2017, São Paulo.**Anais**[...].São Paulo: Facultad Cásper Líbero, 2017.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. Polarización, hiperpartidismo y ecocámaras: cómo circular Desinformación sobre el COVID-19 en Twitter. **Contracampo**, Niteroi, v. 40, núm. 1, pág. XXX-YYY, enero-abr. 2021

RODRIGUES, T.; BONONE, T.; MIELLI, R. Desinformación y crisis de la democracia en Brasil: es posible regularmente*¿noticias falsas?*.**Confluencia**, v. 22, núm. 3, pág. 30-52, dic.-mar. 2021

VIEIRA, A; COUTINHO, I. TV Brasil es un proyecto de televisión pública: un análisis de su autonomía relativa.**Revista Eco Pos**, v. 20, núm. 2, pág. 315-335, 2017.

WESTRUP, AC Por el bien del apartheid: tanto el lado próspero como el democrático.*En*: MARTINS, H. (Org.).**Desinformación**: crisis política y cuestiones democráticas por las fake news. Versión Kindle. São Paulo: Véneta, 2020.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Tratamiento regulatorio de las plataformas digitales en América Latina y países centrales: un análisis de la imposición de impuestos, tasas, requisitos promocionales para la producción local y solicitudes de cotizaciones de contenido nacional para los gigantes digitales entre 2018 y 2020

Tratamiento de la regulación de plataformas digitales en América Latina y países centrales: un análisis de las obligaciones tributarias, funerarias, de bonos para la producción local y requisitos de cotización de contenidos nacionales para los gigantes digitales entre 2018 y 2020

Tratamiento regulatorio de las plataformas digitales en América Latina y países centrales: un análisis de la imposición de tasas, gravámenes, obligaciones para promover la producción local y demandas de cuotas de contenido nacional a los gigantes digitales entre 2018 y 2020

Agustín Espada

Doctor en Ciencias Sociales, Director de la Maestría en Artes en Industrias Culturales (UNQ) de la Universidad Nacional de Quilmes

Contacto:aeespada@gmail.com

santiago marino

Doctor en Ciencias Sociales, docente e investigador de la Universidad Nacional de Quilmes y Buenos Aires. Investigador Asociado Observacom.

Contacto:sgomarino@gmail.com

Recibido el: 27.08.2021 - Aprobado el: 16.11.2021

Resumen

La promoción de la diversidad cultural, la gestión de la producción periodística, la concentración de los ingresos y la reducción de las regresiones de rendimiento del mercado publicitario son elementos de primer orden. Este artículo tiene como objetivo analizar las diferencias en el enfoque de estas agendas entre los países “centrales” y Estados Unidos. Los países centrales cuentan con estudios de impacto sobre estas plataformas que no tienen réplicas en América Latina. Además del avance de las tierras centrales en una futura regulación tributaria y fondos propios de desarrollo y redistribución para estas plataformas, a América Latina como respuestas son reactivas.

Palabras clave: Regulación. Plataformas. Diversidad cultural. Periodismo. Concentración.

Resumen

La protección de la diversidad cultural, el mantenimiento de la producción periódica, la concentración de la renta y la transferencia de las reglas de funcionamiento del mercado publicitario son sus temas de primer orden. Este artículo se propone analizar las diferencias en el enfoque de esta agenda entre los países "centrales" y América Latina. Los países centrales están estudiando el impacto de estas plataformas que no tienen réplicas en América Latina. Mantiene las tierras centrales avanzando en una regulación de imposición positiva y sujeto a fondos y obligaciones para estas plataformas, en América Latina la responde a sus respuestas.

Palabras clave: Regulación. Plataformas. Diversidad cultural. Periodismo. Concentración.

Resumen

La protección de la diversidad cultural, el mantenimiento de la producción periodística, la concentración de ingresos y la distorsión de las reglas de funcionamiento del mercado publicitario son cuestiones de primer orden. Este artículo tiene como objetivo analizar las diferencias en el abordaje de esta agenda entre los países “centrales” y los de América del Sur. Los países centrales cuentan con estudios de impacto de las acciones de estas plataformas que no tienen réplicas en América Latina. Mientras los países centrales avanzan en una próxima regulación tributaria y cuentan con fondos de desarrollo y bonos para estas plataformas, en América Latina las respuestas son reactivas.

Palabras clave: Regulación. Plataformas. Diversidad cultural. Periodismo. Concentración.

1. Introducción

A partir de la consolidación del proceso de comunicaciones convergentes, las tendencias de las lógicas de producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios culturales se han desvalorizado de tal forma que se traduce en una acción de los Estados en la administración que garantiza la derecho a la información en todas sus dimensiones.

El aspecto sociocultural de la convergencia de nuestro barrio en una etapa en la que las prácticas y lógicas de comportamiento de las audiencias no distinguen entre “lo que es y lo que debe ser televisión, radio o gráfica”, por ejemplo. Qué tipo de servicio hay que pagar para acceder a un determinado contenido. Pero aquí están las posibilidades de elegir estar entre las ofertas que se reciben.

La captura de las tasas de interés, el tiempo de atención y la propiedad de los productores culturales y de la información por parte del capital extranjero es un fenómeno que antecede al proceso de convergencia digital. Sin vergüenza, este fenómeno se acelera y profundiza debido a la explosión de plataformas digitales de diferente tipo en la circulación, distribución y comercialización de contenidos. Hoy, Facebook, Google, Apple, Netflix, Disney y otras empresas, todas financiadas con capital del mercado canadiense, erosionan el financiamiento de la producción de contenido local, acaparando una participación más trascendente de interés, de facto regula la oferta y la capacidades de los usuarios para decidir qué información personal puede ser comercializada o no.

La diversidad cultural, así como la capacidad de generar contenidos que reflejen y representen las distintas formas de pensamiento e instalación en el proceso de circulación social del sentido y su producción, también encuentra arreglos para actuar en estas plataformas.

En esta marca, la acción estatal revisó una importancia trascendental. Se sostienen los principios utilizados por las costumbres que tradicionalmente regulan el mercado de la cultura y la información, aunque se debe tomar conciencia de sus definiciones y formas de aborto, que el contexto en el que circula también cambia.

El registro que el trabajo propone de manera continua, radica en esta introducción, con la presentación del marco teórico y metodológico. Al mismo tiempo, se enfoca en los mercados regulatorios que soportan las plataformas que operan en Internet para brindar servicios, direccionar usuarios y publicar contenidos en las diferentes regiones. El objetivo será identificar si existen marcas fiscales. Y en los casos en que existen, son procesos de modificaciones o en realidad son las primeras normas positivas que se aplican a las plataformas. Allí ofrece un panorama que identifica los grados de avance en América Latina, Europa -con el análisis de la Organización Mundial de Co-

mercio (OCDE) y la Directiva de la Unión Europea- y otros países centrales como Australia, Francia y Reino Unido, identifican específicamente los niveles de avance en estos temas. En el trimestre que le separa, se desarrollaron distintas iniciativas de generación y diseño, a través del Estado, de política y políticas de financiación de la actividad periódica en toda Europa, así como en América Latina y otros países centrales. Este corredor se extiende, en su quinta parte, a las obligaciones en materia de producción y exhibición de contenidos locales en materia de servicios audiovisuales en la Red u Top (OTTs), uno de los grandes campos de expansión de las industrias culturales. Y llega con conclusiones que sistematizan alucinaciones y proponen futuras líneas de trabajo.

2 Nota Teórica y Metodológica

En la cultura de la sociedad de masas, los medios de comunicación son parte central del espacio público pues las instituciones se interpolan a través de los discursos de discursos, polifonías, sentencias y además configuran identidades culturales. Dado que el desarrollo capitalista se caracteriza por mercantilizar las distintas actividades sociales, la industrialización de la comunicación en particular se aborda aquí desde una mirada crítica de la economía política de la información y la comunicación, en relación directa con la relación con las políticas tradicionales de comunicación y los mercados reguladores de los sectores sectoriales de las industrias culturales.

Los fenómenos que involucran procesos analíticos analizados desde perspectivas abyectas y críticas y toman en cuenta los modos en que se articulan la cultura, la comunicación, la economía y la política, en una relación interdisciplinaria que pretende aumentar la comprensión del sector, el mismo período temporal y quemado. Elementos para entender corredores complejos. Plantear los temas y arreglos de esta obra es parte de la convicción de que los linajes culturales, políticos y económicos están directamente involucrados. Y las empresas mixtas permiten distinguir elementos que intervienen sistemáticamente en el proceso de construcción de una sociedad.

En esta línea, una clave de trabajo la componen las lógicas con las que la Administración del Estado, ejecuta y regula el sistema de medios. Estos toman forma tal acuerdo con la planificación racional y la intención de un conjunto de principios generales que perfilan las estrategias y planes de acción (EXENI, 1998) como aquellos que no tienen intenciones explícitas, pero generan efectos de todos los modos. Aquí es donde entran las políticas de comunicación. Con esta definición como punto de partida para la problematización del concepto, el presente trabajo utiliza las proposiciones teóricas y metodológicas de Oszlak y O'Donnell (1984), Graziano (1986) y Califano (2015).

Se enfoca en la articulación entre el Estado, el mercado y los sistemas de medios de comunicación. La forma en que las acciones y las omisiones discrepan

Los estados del Estado y la dinámica del mercado configuran los sectores y condiciones en los que los ciudadanos ganan con los procesos de comunicación que constituye el desarrollo convergente (BECERRA, 2015).

En su estudio sobre los paradigmas de las políticas de comunicación aplicadas en Estados Unidos y Europa, Van Quilemburg y Mc Quail (2003) sugirieron que podrían distinguirse en tres fases, en continuidad histórica y directamente relacionadas con los modelos de Estado vigentes. En consecuencia, el paradigma que guió la primera etapa (desde los primeros años de la guerra XX hasta 1945, final de la Segunda Guerra Mundial) fue la emergente industria de las comunicaciones, centrada principalmente en las tecnologías telegráficas, la telefonía y la radio, caracterizada por el interés estatal en el desarrollo del sistema de comunicación. La segunda etapa (desde 1945 hasta finales de la década de 1980) se caracteriza por el paradigma del servicio público, en que el interés dominante pasa por la cuestión sociopolítica y la defensa de lo nacional. La tercera etapa es la actual, que se inició en la década de 1990 y fue reemplazada por el cambio en el concepto de administración estatal, en la consolidación del neoliberalismo y el desarrollo de la convergencia. Será en este registro temporal, en esta etapa, que se verá envuelto en este trabajo sobre los modos y estrategias que distinguen a los países y organismos rectores multigubernamentales de acciones para adecuar su mercado regulatorio a la situación actual de circulación, distribución, distribución y distribución. distribución de contenidos, servicios y bienes culturales. sobre la consolidación del neoliberalismo y el desarrollo de la convergencia. Será en este registro temporal, en esta etapa, que se verá envuelto en este trabajo sobre los modos y estrategias que distinguen a los países y organismos rectores multigubernamentales de acciones para adecuar su mercado regulatorio a la situación actual de circulación, distribución, distribución y distribución. distribución de contenidos, servicios y bienes culturales. sobre la consolidación del neoliberalismo y el desarrollo de la convergencia. Será en este registro temporal, en esta etapa, que se verá envuelto en este trabajo sobre los modos y estrategias que distinguen a los países y organismos rectores multigubernamentales de acciones para adecuar su mercado regulatorio a la situación actual de circulación, distribución, distribución y distribución. distribución de contenidos, servicios y bienes culturales.

Este trabajo se propone contribuir al estudio de los sistemas mediáticos y su regulación del diseño de sus dimensiones de estudio y análisis. No es sólo el contenido normativo lo relevante a la forma de clasificación, comparación y resolución de los aspectos fundamentales de las normativas que inciden en el aspecto social, cultural e informativo de las sociedades de esta tercera década del XXI ciclo.

La propuesta metodológica radical para comprender el modo en que el Estado administra y regula el sistema de medios, así como su interacción con el mercado en el escenario convergente. Específicamente la modalidad en la que se registran para el embarque las plataformas digitales latinoamericanas y una serie de países centrales.

La intención es brindar elementos para comprender los mecanismos normativos implementados en distintos territorios e identificar razas similares y diferentes. El análisis comparativo de los casos permitirá dar cuenta de actuaciones con características similares y/o aplicaciones divergentes y modelos identificativos. La metodología de trabajo incluye, a modo de ejemplo, el análisis de normas normativas, leyes, decretos, resoluciones y planes, programas y proyectos que pretenden identificar la existencia de “modelos” para casos regionales. Por otra parte, el análisis de los documentos políticos se realiza

Publicaciones, fuentes de información relevantes y directas que sistematicen debates y discusiones recientes sobre el tema.

Se trata de un conjunto de elementos que constituyen las políticas publicitarias de comunicación, incluyendo un conjunto de artículos de normas y reglas y la aplicación de planes, programas y proyectos en el caso de países definidos.

El modo regular de las plataformas convergentes es el determinante de las condiciones, características y cualidades de la comunicación. La relevancia del trabajo radical en la necesidad de trabajar de modo exhaustivo en términos comparativos. Es motivo de preocupación para las investigaciones que ponderan la relación entre las políticas públicas, la comunicación y la cultura desde la perspectiva crítica de la economía política de la comunicación.

Tal como aparece en la Introducción, el análisis se enfoca, por añadidura, en términos regionales y casos específicos de países con acción regulatoria en la materia. Y de paso, en organismos supranacionales con alta incidencia en el diseño de políticas nacionales.

En América Latina, hay informes de debates recientes y regulaciones recientes sobre el tema, todos los cuales tienen términos positivos como pasos en la producción. En orden alfabético, son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay y Uruguay. No todos los países presentan innovaciones o avances normativos para distanciarse en alguna de las dimensiones laborales.

Desde el resto del mundo, y para habilitar la configuración de modelos, trabajar con los países centrales en la actualidad del debate en cuestión. En Europa, los casos de Francia, Alemania, Italia y Gran Bretaña son consensuados en la implementación de macro acuerdos. Canadá y Estados Unidos se incluyen para demostrar la realidad regulatoria (y su énfasis) en el hemisferio norte del continente americano. Y el caso de Australia está incluido en la muestra por la oficina central centralizada a partir de su reciente regulación de intermediarios.

Además, analiza el trabajo realizado en la Organización Mundial del Comercio (OCDE) y la Directiva de la Unión Europea. Estos se entienden como organismos supranacionales con propuestas y debates que se consolidan con modelos de regulación de plataforma.

Dentro de la conjunción de elementos de cambio que presentamos el XXI, el concepto de convergencia tecnológica resulta clave para entender los nuevos escenarios tecnológicos, políticos y de comunicación. La convergencia nos sirve de referencia para analizar el predominio, los discursos y las aplicaciones de Internet; limpieza de empresas de telecomunicaciones; el imperio corporativo global como Amazon, Apple, Facebook y Google; la excesiva concentración de medios nacionales; la pérdida de poder del Estado para los medios regulares (MASTRINI, 2021). Tal como advierte David Hesmondhalgh (2019, p. 54):

la importancia de las industrias culturales en las sociedades modernas se reduce a tres elementos relacionados: su capacidad para producir y circular productos que influyen en nuestro conocimiento, comprensión y experiencia; su papel como sistemas de gestión de la creatividad y el conocimiento; y sus efectos como agentes de intercambio económico, social y cultural.

El modo de administración de la cultura y la comunicación es determinante para las condiciones, características y cualidades de la relación de la sociedad en su conjunto y con el Estado. El diseño de mecanismos y protección de las producciones nacionales permite avances avanzados en la diversidad de géneros, formatos y orígenes de producción de los discursos. A su vez, la pluralidad y diversidad en los medios de comunicación son principios fundamentales del derecho internacional. Los medios de comunicación deben ser un espacio que sustente la diversidad de actores y opiniones más abundante y plural, y debe ser utilizado en beneficio de todos los públicos, excluyendo a las personas con opiniones o intereses minoritarios.

Asimismo, es gracias a la disponibilidad de una variedad de puntos de vista que los individuos pueden ser dueños plenos de su ciudadanía, para elegir entre perspectivas opuestas en el mercado de su participación en el proceso de toma de decisiones públicas, en particular el momento de poseerla. democrático al sufragio. La necesidad de pluralidad deriva también del derecho a buscar y recibir información e ideas. Un elemento clave en este aspecto del derecho a la libertad de expresión es la idea de que los ciudadanos deberían poder acceder a una amplia gama de perspectivas y análisis diferentes a los de los medios; es decir, los diversos medios de comunicación.

Es así como Tim Gardam (2017, p. 11, traducción nuestra) afirma los valores de la pluralidad: "emancipación civil, oportunidad intelectual y creativa, acceso igualitario a la participación cultural, sentido de conexión con la violación de los demás; todas ellas virtudes fundamentales para una vida tolerante y humana".

El análisis del modo en que se discuten e implementan herramientas para contribuir a la producción de contenidos en diversos medios y plataformas permite identificar en la mayoría de países al sector audiovisual como una tradición. Y este es el tema de estudio en el trabajo que presentamos. Para entender esta dinámica es necesario contar con tres elementos que convenzan y estructuren la dinámica del sector en este contexto temporal. La primera está permitida por el mercado regulatorio. El segundo es la estructura del sistema. Y la tercera, y más compleja, es la relación entre la oferta y la demanda. Sobrio ello se enfoca.

3 Regulación impositiva para plataformas y servicios digitales

3.1 *America latina*

El rasgo común que se puede reportar en algunos casos en esta región es el inicio de la plataforma y los servicios digitales como temas pasables de tributos locales que afectan tanto a las actividades económicas como a los prestadores de servicios típicos. De hecho, en Argentina desde 2018 los servicios digitales se expandieron por el Acuerdo de Valor Deteriorado (IVA) y pagan el 21% de lo facturado. Es importante aclarar que en el caso de aquellos servicios que no revisan la calidad de los residentes en el territorio nacional (como Netflix, Amazon, Spotify, etc.) acreditan al funcionario como agentes de retención.

Algunas jurisdicciones provinciales cobran, además, gravan los Ingresos Brutos. Este es el caso de la Provincia de Buenos Aires, (Resolución 38/2019 ARBA)[1], la Ciudad Autónoma de Buenos Aires[2](Resolución 312/2019 AGIP) a partir de 2019. En ambos casos el monto es del 2%. Y se recaudaba en todos los casos en interés general. Sirva aquí también la anterior declaración de respeto al currículum para los no residentes.

En Brasil, el tratamiento positivo de las plataformas audiovisuales es un proyecto de la agencia ANCINE que incluirá a la OTT entre los contribuyentes de un fondo para la producción local. En Chile, todos los servicios digitales (incluidos los servicios audiovisuales OTT) están extendidos por el IVA desde 2020 en beneficio de "renta vitalicia general" que constitucionalmente pueden implementarse de otras formas[3]. En Colombia, las plataformas digitales extranjeras podrán realizar la recuperación y pago del 19% de IVA por los servicios que presten. Pero también elevó los ingresos generales. Una situación similar a la de Uruguay donde los servicios digitales (incluido el OTT audiovisual) se extienden por el IVA y la Nómina en la Renta de 2018 sin un destino específico para los fondos.

3.2 *Europa y otros países centrales*

3.2.1 El debate de la OCDE

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico impulsa desde 2018 un debate interno sobre la posibilidad de reformar la política tributaria de distintos países. El objetivo es aumentar la tributación de la actividad económica que supere a más plataformas digitales que tengan distintos tipos de servicios y sean de carácter distintivo. Las propuestas se plantean sin sus especificidades para el mercado de los medios de comunicación. Hay una discusión sobre el nivel de tributación a nivel general, no solo en el campo de la producción y la circulación.

1 Ver más en: CARMONA, JA; DUGUINE, A. Ingresos Brutos: Regulación del Pago de Servicios Digitales. Ámbito, 17 dic. 2019. Disponible en: https://www.ambito.com/novedades-fiscales/novedades-fiscales/ingresos-brutos-reglamentacion-del-pago-servicios-digitales-n5071605 . Consultado el 02 de julio. 2020.

2 Ver más en: AGIP. Resolución n. 312/2019. Buenos Aires, 6 de diciembre. 2019. Disponible en: https: //www.agip. gob.ar/normativa/resoluciones/2019/agip/-resolucionn-312--agip--2019 . Consultado el 02 de julio. 2020.

3 Es necesario aclarar que la Constitución de este país prohíbe la creación de impuestos con multas específicas al momento de la expansión de este impuesto. El régimen se someterá a un proceso de reforma en el momento de entrada en vigor de esta obra.

cultural. La resolución de la reconceptualización de los servicios digitales no se concluirá en 2020 y el poder de Estados Unidos dentro de la OCDE ha puesto un freno a este debate.

Previamente se discutirán documentos preliminares sobre algunos temas centrales del debate. El primer aspecto es el objeto regular. Alli está de acuerdo en que debe incluir los servicios y modelos de digitalización empresarial "en conjunto" que se centran en plataformas dirigidas a los consumidores finales. La OCDE mantiene plataformas como cualquier software, incluido un sitio web o parte del mismo y aplicaciones móviles, accesibles para los usuarios que permiten a los vendedores contactar a otros usuarios para la prestación de Servicios relevantes para otros usuarios. Las tarimas pueden incluir fundas y pads para la actuación.

El proyecto se organiza en dos "pilares". El primero propone una reorientación de la capacidad contributiva de los Estados en el mercado de una economía digitalizada, extraterrestre y desterritorializada, lo que incide en la forma en que los países pueden generar ingresos a través de actividades económicas. El segundo pilar busca lograr que las empresas multinacionales paguen un nivel mínimo de impuestos a nivel global, mientras que la distribución nacional ralentiza la transferencia de bonos corporativos y corporativos a países o impuestos más beneficiosos.

Otro aspecto central de la propuesta es que crea una nueva forma de considerar y aplicar las atribuciones asignadas a los contribuyentes. Es independiente de su presencia en el país (establecimiento permanente u obra de una subsidiaria) para comercializar o distribuir productos u operaciones del país.

En definitiva, el otro aspecto central es el tipo de impuesto. Será el número de negociaciones el que determine si una empresa sin presencia física en un territorio se sujeta o no a la bolsa digital. Obviamente, este volumen de negociaciones está calibrado con los dolores de cada país, para que los pequeños no sean discriminados. La OCDE propone un sistema mixto. Además del volumen de negocio, aumentará el nivel de beneficios de la empresa en cuestión.

3.2.2 Directiva de la Comisión Europea

La Unión Europea (UE) también habla regularmente de forma positiva en las plataformas digitales. En este mercado en marzo de 2018 se debatirá y publicará una Directiva para establecer un nuevo carácter fiscal para las empresas que presten estos servicios. Modificar la definición de establecimiento permanente que obliga a la carga fiscal de las empresas a incluir plataformas digitales. De esta forma, el concepto de “Presencia Digital Significativa” a considerar

toda plataforma que preste actividad dentro del territorio de un Estado perteneciente a la UE y, por tanto, sea objeto de este impuesto.

La Directiva considera que existe una "presencia digital significativa" en un Estado miembro durante un período positivo si la actividad se adquiere a través de este de forma coherente en la prestación de servicios digitales a través de una interfaz digital y, además, una Variedad de las siguientes condiciones :

- la proporción de los ingresos totales obtenidos durante este período impositivo y resultantes de la prestación de los servicios digitales y usuarios ubicados en dicho Estado miembro durante el mismo período impositivo es superior a 7 000 000 EUR;

- el número de usuarios de uno o más de los servicios digitales ubicados en este Estado miembro durante su período positivo supera los 100 000;

- el número de contratos entre empresas para la prestación de servicios digitales que se registren durante este período impositivo para usuarios ubicados en dicho Estado miembro sea superior a 3000.

Establecer el régimen fiscal común de los servicios digitales que profundice en los trámites de determinación de los servicios digitales. Y fija una tasa del 3%. Las actividades de gravedad incluyen servicios de publicidad, comercialización de servicios y servicios, así como intermediarios y el uso de datos de usuarios recuperados en interfaces digitales.

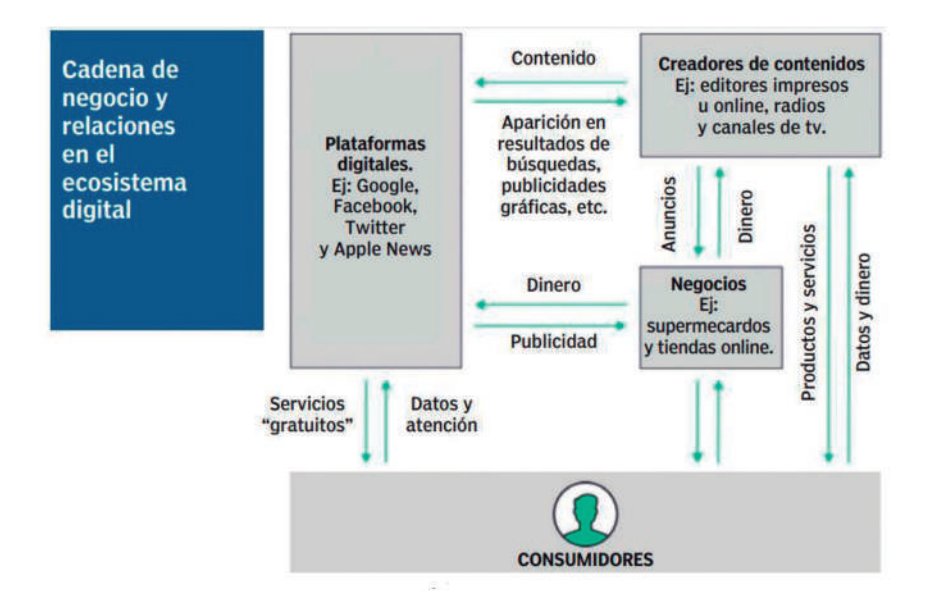
En última instancia, la directiva señaló que estaba imponiendo a las empresas un total de 750 millones de euros a nivel global de 50 millones de euros dentro de la UE.

3.2.3 Australia

La Comisión Australiana para la Competencia y el Consumo (ACCC, 2019), en julio de 2019, realizó una sesión informativa sobre el mercado de la información y el entretenimiento centrada en la distribución y operación del sistema editorial. Para concluir que Google y Facebook distorsionan el normal funcionamiento de este y debilitan a los productores locales de contenidos, el Gobierno australiano recomienda la sanción de un código para la corrección de las descargas digitales en plataformas digitales y apoyo a los productores de contenidos.

Gráfico 1-Marco de negociaciones y relaciones en el ecosistema digital

Fuente: ACCC (2019).



El codificador del código estableció que una vez que se aprueba en el Parlamento, tiende a ser un personaje cínico y Google y Facebook deben incluir en sus plataformas un código que permita saber qué contenido de la comunicación se ha utilizado, para cubrirlo.

El código permite que los medios de comunicación puedan negociar individual o colectivamente con Google y Facebook respecto del pago por la inclusión de avisos en sus servicios. Además del pago, el borrador del nuvó codó incluie un conjunto de 'standendares minimos', que obligan a Google (ya Facebook) a:

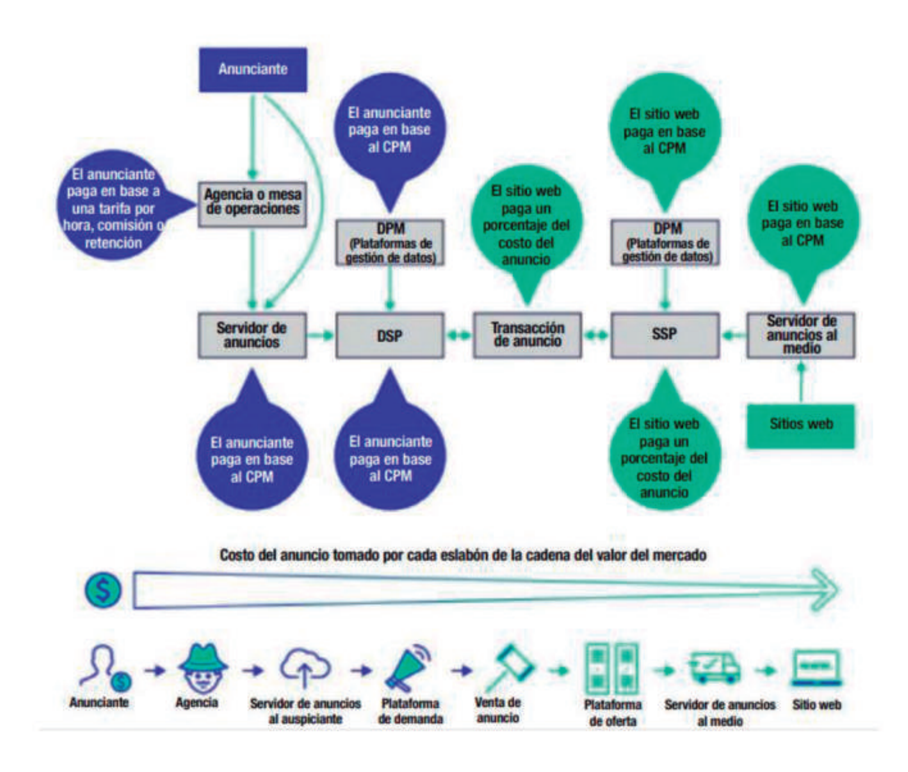
- Notificar con antelación los cambios que tenga en la clasificación algorítmica y en la presentación de avisos

- Reconocer el contenido original de las noticias.

- Proporcionar información a los medios de comunicación de los datos de usuario recuperados y recorridos por las interacciones con el contenido de los avisos.

Gráfico 2-Funcionamiento del sistema de programación digital

Fuente: ACCC (2019).



No todos los medios de comunicación pueden acceder al nuevo código. Es necesario tener una renta anual de al menos 150.000 dólares australianos en el año anterior, o en tres de los últimos cinco años, y sumar algunos otros requisitos, como, por ejemplo, la producción principal de notables sobre "importancia pública". ”. Además, los medios que recopilen los requisitos anteriores y exigidos que amparan el código deberán adherirse a alguno de los estándares editoriales profesionales establecidos por el Consejo de Prensa o el Consejo de Medios Independientes.

El medio incluye criterios para que el controlador defina si las plataformas deben pagar correctamente a los productores de contenido. Deben considerar los siguientes aspectos: los beneficios directos e indirectos que las plataformas logran al utilizar los contenidos, el costo de producción de estos y no significa un cargo significativo por el sostenimiento económico de la plataforma.

El desarrollo de este trabajo es aprobado por los legisladores australianos para obligar a Facebook y Google a prestar atención a los editores editoriales para el uso de su contenido. Sin vergüenza, el "apoyo informativo" de Facebook y el contenido de los medios australianos en febrero de 2021 -estos son precedidos por la sanción de la ley-, los beneficios normativos de la tecnología con la provisión de poderes rectores para aplicar obligaciones de negociación y pago.

1 El medio está disponible en: REPÚBLICA FRANCESA. Tribunal de Apelación de París. Arrêt du 08 oct. 2020. Disponible en:https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/appealsd/2020-10/ ca_20mc01_oct20.pdf . Consultado el 01 de febrero. 2021

3.2.4 Francia

La Autoridad de Competencia de Francia ordenó a Google en abril de 2020 que prestara atención a los productores de noticias sobre el uso de sus contenidos en Google News y Google Search[1]. Según el organismo, el buscador tiene una posición dominante en el mercado de los motores de búsqueda y, en última instancia, en el mercado de la publicidad digital. La resolución resuelve en el plazo de tres meses acordar con las empresas de comunicación un pago por la inclusión de sus notas. El organismo no plantea los términos de la negociación, aunque se establece que será balanceada y retroactiva en octubre de 2019.

Esta negociación puede afectar la forma en el índice de Google y mostrar los resultados relacionados con estos contenidos producidos por editores y agencias. Tampoco podrá alterar la forma de presentación de los textos, imágenes y videos que se realicen al contenido. La investigación del organismo antimonopolio marca el poder de Google en el mercado francés en tres aspectos:

- Cuenta con la facultad de marcar las condiciones de comercialización que perpetúen las editoriales y agencias de noticias;

- No acepta la nueva ley de derechos de autor de Francia y establece que la única manera de visualizar completo e irrazonable es el contenido de los medios de comunicación implicados que estos son formas libres de los derechos o parte de ellos;

- Imponer a todos los medios un principio de retribución que vaya más allá de contemplar las situaciones particulares y los contenidos regulados.

3.2.5 Reino Unido

La Autoridad de Mercado y Competencia presenta un informe (CMA, 2020) que documenta el debilitamiento de la competencia en el mercado de buscadores y redes sociales que conduce a una reducción de la innovación y la capacidad de elección, y que los consumidores ya tienen datos de los que de todos modos desearían. La competencia digital en la publicidad digital aumenta los precios de los bienes y servicios en toda la economía y la sociedad la capacidad de los periódicos y otros de producir contenidos de valor, en detrimento de la sociedad en general.

La CMA considera que sus polvos existentes no son suficientes para abordar estos problemas estructurales del mercado digital y recomienda un nuevo marco regulatorio: uno que pueda manejar una variedad de preocupaciones simultáneas, con polvos para actuar para poder romper incluso como sus efectos, y

con un regulador dedicado, la Unidad de Mercado Digital (DMU), que puede monitorear y ajustar sus intervenciones a la luz de la evidencia y las condiciones cambiantes del mercado.

Gráfico 3-Consecuencias de la falta de competencia en la prestación de servicios digitales

Fuente: Becerra (2015) en base a información de la CMA.



La CMA, entonces, hizo cuatro recomendaciones centrales al gobierno británico:

Establecer un código de conducta para las plataformas en línea con el estatus de "estratégicas" en un mercado determinado;

2. Exigir que la DMU,   órgano de control y regulación creado por la iniciativa, esté a la altura de la designación de actores estratégicos en la comercialización y mantenimiento del Código de Conducta;

3. Otorgar a la DMU los poderes necesarios para hacer cumplir los principios del código;

4. Obtener a la DMU los polvos necesarios para introducir en la competencia una serie de inventos favorables. Estos polvos deben incluir intervenciones relacionadas con los datos (incluyendo el control del consumidor sobre las fechas, interoperabilidad, acceso a los datos y polvos de separación de los datos), el poder de aumentar las opciones del consumidor a través de la introducción de pantalones de elección, los polvos para restringir la capacidad de las plataformas para controlar la configuración predeterminada -si se restringe la elección e inhibir la entrada de haci y de los rivales- y la facultad de separar plataformas por la integración o conflicto entre las competencias de las partes en perjuicio de los consumidores .

Además, la CMA identifica tres principios básicos en términos de si debe formar un código: comerciar en términos justos y razonables; las opciones listadas para que los usuarios utilicen elijan libremente entre plataformas que comp; Transparencia en términos de términos y condiciones para usuarios, medios y comerciantes.

4 Mecanismos de acción y estimación

4.1*America latina*

El análisis de los países de esta región permite decir que no existe un modelo "latinoamericano" para este fin. Por el contrario, se observa que cada país produce una serie de especies propuestas, en las que prevalece a un cargo las tradiciones de sus sistemas ya través del otro el modo en que transita (o no) el camión hacia la regulación convergente. Además, existen algunos programas regionales y otros programas nacionales o locales.

En Argentina, la Ley Audiovisual fue sancionada en el año 2009 para crear metraje para el teatro, la música independiente, los medios comunitarios y alternativos y el cine con dinero recaudado por el cuerpo de aplicaciones amparadas por lápidas y multioperadores de cable, canales y señales de TV. así como radios AM y FM. El dinero, además, asciende al 10% de los ingresos recaudados por la venta de material para financiar la producción nacional. Las plataformas y servicios digitales no están incluidos en ninguno de estos reglamentos o programas que contribuyan a los pasos de producción.

Brasil, por su parte, cuenta con el Fondo para el Sector Audiovisual, y sus recursos son aportados principalmente por emisoras de televisión, productoras y distribuidoras de obras audiovisuales además de empresas de telecomunicaciones y de televisión que distribuyen contenidos de audio. Recién, las plataformas digitales a partir de ahora.

Chile también cuenta con una Fundación Fondo Audiovisual que financia la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de nuevas tendencias creativas e innovación. Fondos de previsión, centralmente, del tesoro nacional, cooperación internacional y reembolso de los subsidios otorgados.

En Paraguay, en 2018 se creó el Fondo Nacional Audiovisual de Paraguay (FONAP), administrado por el Instituto Nacional Audiovisual de Paraguay (INAP) integrado por la Auditoría Nacional, generado por el Instituto Audiovisual y el 50% de los ingresos por operaciones comerciales de servicios audiovisuales incluidos en las plataformas audiovisuales.

Uruguay creó, en 2008, la Fundación Cinematográfica y Audiovisual Fomento. Cuenta con el monto específico definido por los saldos y/o reinserciones más importantes de años anteriores y eventuales aportes de otras instituciones que se distribuyen entre las distintas modalidades de apoyo del sector. Por su parte, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (URUGUAY, 2015) establece que los operadores de servicios audiovisuales están obligados a pagar un canon para devengar un Fondo de Promoción de la Producción Audiovisual.

4.2 *Europa y otros países centrales*

4.2.1 Comisión Europea

El Consejo de Europa confía en los estados europeos que desarrollen estrategias para apoyar los medios de comunicación profesionales y el período de calidad e investigación independiente de calidad, incluidos los medios en línea. Recomiendo el diseño de fondos, tanto financieros como no financieros, que incluyan proyectos relacionados con educación periódica, investigación de medios, publicaciones periódicas de investigación y enfoques innovadores para explicar el pluralismo de los medios y la libertad de expresión.

El Consejo diferirá la importación de un órgano rector de los regímenes de subsidios y sus tres recomendaciones:

- Los medios de apoyo deben basarse en "criterios predeterminados, claros, precisos, equitativos, objetivos y transparentes"

- El apoyo debe ser "para administrar de manera transparente y no discriminar a un organismo que rige la autonomía funcional y operativa, como autoridad reguladora de los medios independientes"

- Deberían publicar periódicos sobre el uso de los fondos públicos.

4.2.2 Reino Unido

Incluye medios positivos y otros programas de desarrollo públicos y privados, que incluyen:

La tasa de IVA para publicaciones periódicas es del 0%, en comparación con la tasa del 20% para la mayoría de los meses buenos.

- Recientemente lanzó una Iniciativa de Periodismo Local de la BBC llamada BBC. Este fondo es administrado y ejecutado por la BBC y consiste en una búsqueda de asociaciones con diferentes medios locales. Anualmente implica una £ 8 millones. El objetivo de la política es apoyar a las publicaciones periódicas y no sólo a los medios de comunicación y favorecerla, aproximadamente, 150 publicaciones periódicas de manera directa. Estos periódicos son empleados por una serie de observatorios electorales.

- Existe la obligación de que las autoridades locales publiquen "avisos legales" (sobre licitaciones, elecciones locales, tarifas de ordenanza, etc.) en la prensa local. Se estimó que esto fue el resultado de un aumento inicial de £ 26 millones a lo largo de los años para los períodos de hora local.

4.2.3 Francia

Es el país de Europa con mayor nivel de financiación directa en las publicaciones periódicas y prensa general. El Parlamento vota anualmente la financiación total de la subvención. Los subsidios están disponibles para, entre otras cosas, la modernización de las condiciones del laboratorio y proyectos de innovación técnica. Los beneficiarios de estas pólizas financieras no pueden ser líderes de medios comercializados. Los transmisores de radio también apoyan esta disposición. Los subsidios indirectos incluyen reducciones en IVA, aumentos en tarifas comerciales, tarifas preferenciales para correcciones y telecomunicaciones y mayorías y excepciones en costos laborales y seguridad social para publicaciones periódicas. En 2015, todos los planes de subvenciones para la Presión de Ascensión alcanzaron los 1.400 millones de euros anuales.

El gobernador de Sarkozy ha recaudado 200 millones de euros adicionales en los últimos tres años. Este fondo también estima la demanda periódica de un subsidio al costo de una suscripción gratuita de 12 meses a una edición semanal de 200.000 puestos de trabajo para jóvenes de 18 a 24 años. Esta política se puso en marcha en 2009 y tuvo una duración de tres años. Una revisión del gobierno de 2012 encontró que entre el 5 y el 8% de quienes se benefician del plan recibirían más tarde una suscripción de nómina. Esto se compara con la penetración típica de las publicaciones periódicas entre el grupo objetivo de edición del 9%, los resultados fueron positivos.

Los políticos más influyentes en Francia en los últimos cinco años incluyeron:

- Un IVA para publicaciones periódicas al 2,1% -incluidas las publicaciones digitales- con una tasa permanente del 20%;

- El Fondo Estratégico para el Desarrollo de la Prensa (FSDP) para apoyar proyectos de innovación y proyectos de comunicación en los países franceses;

- El Fondo de Notas de Prensa de Emergencia e Innovación (FSEIP), con un presupuesto de 5 millones de euros para el primer año, para apoyar a las empresas de nuevos medios, viveros de medios y apoyo a la investigación innovadora;

- El Fondo de Medios de Información Locales y Comunitarios (FSMSIP) recibió 1,6 millones de euros en 2017 para apoyar a las empresas de noticias locales que operan en cualquier plataforma.

4.2.4 Alemania

Imponer un tipo de IVA reduce el período de venta, pero es un precio mucho más bajo que en muchos otros mercados (el tipo aplicable es el 7%, pero solo en las principales jurisdicciones europeas).

4.2.5 Italia

En 2016 se estableció una fuente de financiamiento con la aprobación de un fondo específico para el pluralismo y la innovación en la producción de información. El fondo recibió 182 millones de euros para 2017, de los cuales 68 millones de euros se destinarán al apoyo a la radiodifusión local. Los periódicos recibirán 47 millones de euros y la RAI 28 millones de euros. Las sumas concedidas a las publicaciones periódicas equivalen a un incremento del 2,5% del total de los incrementos de las publicaciones periódicas.

4.2.6 Estados Unidos

El principal potencial del mundo combina también el desarrollo público y privado con algunos medios en material positivo para estimar la generación de diversos contenidos por encima de los niveles de concentración dominantes. El CPB (organismo estatal de mediación de medios) invierte alrededor de US$ 450 a 475 millones al año (su tasa promedio anual), de los cuales el 65% va directamente a las radios locales/comunitarias, el 25% para el programa de apoyo nacional a los medios locales y el descanso para el sostenimiento del sistema. Además, los estados a nivel individual y otros subsidios públicos son proporcionalmente aproximadamente la misma cantidad. Por otro lado, la carga fiscal sobre las publicaciones periódicas y revisiones y en algunos casos también está pendiente de publicación.

4.2.7 Canadá

Una característica única del mercado canadiense es la amplitud de los medios estadounidenses en su territorio. Para ayudar a abortar esto, las publicaciones periódicas canadienses se benefician de una regla fiscal

que se introduce a favorecerlos. Esta norma impone que las empresas canadienses podrán publicar publicaciones en periódicos, publicaciones periódicas y radiodifusión extranjera, declarándolas inadmisibles para efectos fiscales. Sin vergüenza, no se aplica a los medios digitales, lo que genera una laguna importante: se argumenta que el 90% de la publicidad digital en Canadá ahora tiene una amplia gama de servicios y plataformas digitales extras.

En relación al financiamiento directo, existe el Fondo para Publicaciones Periódicas Canadienses. Establecido por el órgano de gobierno en 2009 para quemar apoyo financiero directo para proyectos presentados en revistas impresas, publicaciones periódicas y diarios y publicaciones digitales. Los solicitantes pueden presentar cotizaciones de hasta el 75% del costo de un proyecto y evaluar de acuerdo con los criterios de elegibilidad especificados. El fondo recaudó alrededor de 800 mediocres al año, y en el período 2010-15 recaudó alrededor de 80 millones de dólares canadienses anuales. Además, el presupuesto de 2018 incluye propuestas de 50 millones de dólares canadienses durante 5 años para apoyar el periodismo local en comunidades marginadas.*bienes comunes creativos*.

5 Obligaciones en materia de producción y exhibición de contenidos locales

5.1*America latina*

En este aspecto, es posible identificar la existencia de un "paradigma" o modelo correspondiente a esa región. Pero se establece una serie de acciones en cada país. Los debates en torno a los nuevos tipos de servicios, su carácter disruptivo y la austeridad legislativa que el alcance planta retará seriamente a los estados e incluso han puesto de manifiesto interrogantes sobre la adecuada capacidad de regulación.

En Argentina, tanto la Ley de Cine como la Ley Audiovisual definen cotizaciones para la producción local de radio, cine y televisión. Sin vergüenza, la normativa no se ha actualizado para incluir música digital o plataformas audiovisuales. En Colombia (2020), el Decreto 681 del 21 de mayo de 2020 modifica el artículo 154 del Plan Nacional 2018-2022 y define que los "proveedores de servicios de video a la carta" (VoD) tienen disponibles contenidos audiovisuales para producción local y destinen un espacio para su mayor visibilidad en sus catálogos.

Por su parte, México tiene en su agenda legislativa un proyecto de Decreto para regularizar las OTT con el objetivo de incluir cuotas a las producciones locales. Buscar que al menos los cursillistas de su catálogo cumplan con la producción nacional generada en

México. La propuesta de Decreto de Decreto por el que se reforman los artículos 3 y 170 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión es incompatible con el hecho de que existen definiciones de habilitación de un tratado equivalentes a múltiples tipos de menores de distintas características.

5.2 *Europa Central y los Países Bajos*[5]

5.2.1 Directiva Audiovisual de la Unión Europea

Para el Parlamento Europeo y el Consejo de Europa, los nuevos servicios audiovisuales basados en catálogos de "petición VOD" (por las siglas de su número en inglés: *vídeo a la carta*) sus “fuentes potenciales de empleo” y “estimaciones del delito económico y la inversión”. Por ello, se debe considerar que debe existir “unas condiciones equitativas de competencia y un mercado europeo de servicios de comunicación audiovisual”, respetando principios básicos como “la libre competencia y la igualdad de trato, con objeto de garantizar la transparencia y la previsibilidad”. los mercados de los servicios de comunicación audiovisual y reducir las barreras de acceso al mercado.

La nueva directiva establece algunas novedades en la regulación audiovisual continental. En primer lugar, se estableció el Principio de Origen (PPO) para regular los derechos de autor; se limita a comunicaciones comerciales (publicidad), trasciende los principios de protección del menor en plataformas digitales al prohibir el discurso sonoro; Se están estableciendo catálogos en obras europeas así como facultades en los estados nacionales para generar inversión inversión en la producción local.

5.2.2 Normativas para países europeos[6]

Dinamarca establece obligaciones de inversión para las plataformas. VoD estima que se deberían invertir 50.000 euros de facturación en un incremento del 2% en nuevos contenidos locales. En relación a las cuotas, necesitamos promover el contenido local sin porcentajes de cuotas definidas.

En España se debate un anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual[7] que busca regularmente caminos distintos a las plataformas de servicios de extras VOD. La última versión del proyecto incluye una inversión audiovisual del 5% en producción audiovisual europea (no facturable). Esta obligación será para quienes tengan una factura superior a 50 millones de euros y lo recaudado se destinará al Fondo de Protección Cinematográfica. El 70% de este dinero debería destinarse a financiar el trabajo de productores independientes, incluidas películas o series. Para quienes tengan una cuota de facturación inferior a 50 millones de euros, la obligación es comprar obras audiovisuales europeas por un valor del 5% de su facturación. La página del catálogo que

5 Sistematización de la información disponible en: CO-MISSION EUROPE. La Comisión actualiza las normas audiovisuales de la UE y presenta un enfoque selectivo para las plataformas en línea. Comunicado de prensa, 25 de mayo de 2016. Disponible en: https: // ec.europa. eu / comisión / rincón de prensa / detalle / es / IP_16_1873 . Consultado el 02 de febrero. 2021

6 Sistematización de la información disponible en: UNESCO. Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer? Cajas de debate sobre comunicación e información, 17. París; Montevideo: Unesco, 2019. Disponible en: https:// bit.ly/3l3vXps . Consultado el 02 de febrero. 2020.

7 Puede acceder al texto de la Ley Ge-

establece esta regulación es del 30% para obras europeas, del cual el 51% debe pertenecer a las lenguas originales de España.

En Francia, los operadores de VOD dedicados a la venta de contenedores, están obligados a invertir el 15% de su facturación anual en la producción de contenedores locales, dejando el 12% para contenidos en francés. Mientras que las suscripciones son necesarias para invertir el 26% de su facturación en la promoción de la producción europea. El 22% de la inversión debe ser para contenido en francés. En relación a las cotizaciones, las plataformas VOD necesitan incluir el 60% de su catálogo con obras europeas, mientras que el 40% tiene que trabajar en francés. Durante los tres primeros años de actividad, estas tasas se redujeron al 50% y al 35%. Además, Deben reservar espacios (no especificados) en las indicaciones de estas aplicaciones y sitios, así como para mostrar las imágenes promocionales y trailers de las obras.

Italia define las obligaciones de inversión al establecer que el 20% de los activos netos en los Países Bajos deben reinventarse para promover y producir contenido europeo. Un 10% de estos montajes debe reinvertirse en producción italiana independiente. Por su parte, en relación con las cuotas a petición de la UE (como en Francia): deben reservar el 30% de su catálogo para obras europeas. El 15% deben ser obras italianas. En su reglamento también se define la obligación de generar un apartado específico dentro de su interfaz para contenidos europeos y de generar un filtro de búsqueda específico para estas obras. Además, Deben se reservará una parte de la promoción y publicidad para puestos de trabajo europeos.

6. Conclusiones

El análisis sobre los modos en que los Estados regulan o atienden a las discusiones sobre los mecanismos de pluralismo, diversidad, plataforma de regulación y producciones nacionales, junto a los dilemas en torno a la regulación es complejo, diverso y se diferencia de la puesta en común concreta e identificada.

Este artículo logra una amplia cobertura y descripción de las estrategias que distinguen a los países y organismos gubernamentales multinacionales para adecuar su mercado regulatorio a la situación actual de circulación, distribución, producción, consumo y comercialización de servicios. El sector de las bandejas europeas difiere en varios puntos con América Latina principalmente por la capacidad regulatoria concentrada en la Unión Europea como espacio de confrontación política con Estados Unidos como vencedor en la disputa por la renta de servicios digitales. Esta fortaleza inserta y sirve a una tradición histórica de promoción y protección de la diversidad cultural pero también de énfasis en la actividad periódica. Aunque en este último punto,

La regulación latinoamericana se degrada y recurre casos puntuales. La mayoría de los países regulares iniciaron en los últimos tres años y los servicios digitales bajo el paradigma de "imposición general". Pero no existen fórmulas normativas que discutan la captura de la renta del mercado cultural e informativo en sentido general. Cuando estos debates tienen lugar y son fomentados por el sector audiovisual (en particular en el cine, existe una amplia tradición y organismo regulador).

Se advierte que la redacción de los regímenes regulatorios que se imponen a las empresas que prestan servicios digitales Brindan forma parte de la más alta y relevante agenda de debate público internacional, aunque no tiene una definición clara en el corto plazo. Por otro lado, los países más avanzados en regulación están sujetos a información y estudios del impacto del cambio en la distribución de las tasas de interés económicas que no tienen precedentes ni réplicas en el mercado latinoamericano. Australia, Canadá y el Reino Unido, además de casos excepcionales solo en la redacción de la política, también están involucrados en el desarrollo de documentos de investigación que se abstienen de argumentar a favor de la intervención estatal.

Referencias

COMISIÓN DE COMPETENCIA Y CONSUMIDOR DE AUSTRALIA.**Consulta de plataformas digitales**: reporte final. Canberra: ACCC, 2019. Disponible en:https: // www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20 final%20report.pdf . Consultado el 02 de julio. 2020.

BEERRA, M.**Concentración y convergencia**. Buenos Aires: Paidós, 2015.

CALIFANO, B. Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas de comunicación.**Comunicación australiana**, v. 4, s. 2, pág. 283-318, 2015.

COLOMBIA.**Decreto 681 de 2020**. Bogotá, 21 de mayo de 2020. Disponible en:https:// www.funcionpublica.gov.co/eva/gestorrmativo/norma.php?i=124927 . Consultado el 02 de febrero. 2021

COMPETENCIA Y AUTORIDAD DEL MERCADO.**Plataformas Online y publicidad digital**: informe final del estudio de mercado. Londres: CMA, 2020.Disponible en https: // assets.publishing.service.gov.uk/media/5efc57ed3a6f4023d242ed56/Final_ report_1_July_2020.pdf . Consultado el 01 de febrero. 2021

EXENI, JL**Las PNC**: latinoamericano atrevimiento, en Políticas de comunicación. La Paz: Fundación Plural, 1998.

GARDAM, T. La Finalidad de la Pluralidad. En: GARDAM, T.; LEVY, DAL (Eds.). los **Precio de la Pluralidad**: elección, diversidad e instituciones de radiodifusión en la era digital. Oxford: Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, 2017. p. 11-21. Disponible en:https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/ The%20Price%20of%20Plurality.pdf . Consultado el 02 de julio. 2020.

GARCÍA DELGADO, D.**Estado y Sociedad**. Buenos Aires: Tesis Norma, 1994.

GRAZIANO, M. Política o: debate sobre el debate.**Revista Espacios**, fac. de Filosofía y Letras UBA, 2016.

HESMONDHALGH, D. ¿Han democratizado las tecnologías de la comunicación digital las industrias de los medios?*En:*CURRAN, J.; HESMONDHALGH, D. (Eds.). **Medios y Sociedad**. Nueva York: Bloomsbury Academic, 2019. pág. 101-120. ISBN 978150134073.

MASTRINI, G. Prólogo.*En:*MARINO, S. (Coord.).**El audiovisual amplificado II**: Tradiciones, estrategias, dinámicas y big data en Argentina. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador, 2021.

OSZLAK, O.; O 'DONNELL, G. Estado y política estatal latinoamericana: una estrategia de investigación.*En:*FLORES, G.; NEF, J.; AGUILUZ, D. (Comp.) **Administración Pública**: perspectivas críticas. Buenos Aires: ICAP, 1984.

PARLAMENTO EUROPEO; CONCEPTO DE UNIÓN EUROPEA. Directiva (UE) 2018/1808. **Diario Oficial de la Unión Europea**, 14 de noviembre 2018. Disponible en: https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf . Consultado el 02 de febrero. 2021

PASQUALI, A.**comunicación de masas y cultura**. Caracas: EBUC, 1964.

URUGUAY. Ley n. 19307. Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. **Diario Oficial de Uruguay**, Montevideo, 2015. Disponible en:https: // uy. vlex.com/vid/ley-n-19307-ley-644725893 . Consultado el 02 de febrero. 2021

VAN CUILENBURG, J; MCQUAIL, D. Cambios sobre el paradigma mediático de los medios. Crear un nuevo paradigma de políticas de comunicación,**Revista Europea de Comunicación**, Londres, v. 18, núm. 2, 2003.



revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487

Aregulación y gobernanza de las plataformas digitales: una revisión sistemática de la literatura

La regulación y gobernanza de las plataformas digitales: una revisión sistemática de la literatura

La regulación y gobernanza de las plataformas digitales: una revisión sistemática de la literatura

Kenzo Soares Seto

Maestría en Comunicación en el Programa de Posgrado de la Facultad de Comunicación de la UFRJ (PPGCOM/ECO-UFRJ) (2019). Graduada en Comunicación Social - Habilitación de Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad Federal de Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) (2016). Miembro del grupo de pesca NETLAB - ECO/IBICT.

Contacto:kenzosoares.ufrj@gmail.com

Recibido el: 30.08.2021 - Aprobado el: 16.11.2021

Resemo

Este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura para investigar el estado del arte de la investigación nacional sobre la regulación y gobernanza de las plataformas digitales. A partir de la búsqueda en bases de indexación se encontrarán un total de 381 artículos. Estas, 23 presentaciones en periódicos brasileños revisadas por pares fueron consideradas relevantes para el objetivo del trabajo. Su análisis revela la evolución histórica de la discusión, los métodos utilizados, la distribución entre las diferentes áreas de conocimiento y las principales tendencias, desafíos y brechas en lo que respecta a nuestros mercados regulatorios en temas específicos.

Palavras-chave: Plataformas digitales. Regulación. Gobernancia. Revisión de Literatura Revisión Sistemática.

Resumen

Este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura para investigar el estado del arte de la investigación nacional sobre la regulación y la gobernanza de las plataformas digitales. En total, se obtuvieron 281 artículos de la búsqueda sobre bases científicas de indexación. De estas, 23 presentaciones en revistas brasileñas revisadas por pares se consideran relevantes para la propuesta de estudio. Su análisis revela la evolución histórica de la discusión, los métodos utilizados, la distribución entre las diferentes áreas del conocimiento y las principales tendencias, desafíos y brechas en los mercados regulatorios estudiados como parte de la investigación sobre el tema.

Palabras clave: Plataformas digitales. Regulación. Gobernanza. Revisión literaria de la literatura.

Resumen

Este artículo presenta una revisión sistemática de la literatura para investigar el estado del arte de la investigación nacional sobre la regulación y la gobernanza de las plataformas digitales. En total, se obtuvieron 281 artículos de la búsqueda en bases científicas de indexación. De estos, 23 presentes en revistas brasileñas revisadas por pares fueron considerados relevantes para el propósito del estudio. Su análisis revela la evolución histórica de la discusión, los métodos utilizados, la distribución entre las diferentes áreas del conocimiento y las principales tendencias, desafíos y vacíos tanto en los marcos normativos estudiados como en la propia investigación sobre el tema.

Palabras clave: Plataformas digitales. Regulación. Gobernancia. Revisión sistemática de la literatura.

1. Introducción

Si bien reconoce que el capitalismo se basa cada vez más en las plataformas digitales (SILVEIRA, 2020b), ha aumentado su percepción de sus efectos en todos los aspectos de la vida social. La relevancia contemporánea de las plataformas intensivas en datos digitales y su tendencia a acaparar y desvincularse hasta ahora de autores que proponen como dinámicas sociales dinámicas de este período histórico, a través de la plataforma de caracterización (forma cómica) (VAN DIJICK; POELL; DE WAAL, 2018) ou o capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2021).

Autores como O'Neil (2016), Noble (2018), Raji y Buolamwini (2019), por su parte, revelan sus visiones raciales, compañeros de clase y sexistas sistemáticos desde sus algoritmos y modelos de negocio, que reforman las relaciones de dominación y los contextos educativos, de trabajo, transportistas y policías, entre otros.

Históricamente, combinar las innovaciones tecnológicas con el surgimiento de poderes monopólicos, reconfigurando mercados, reformando discapacidades y tensionando sistemas democráticos, ha suscitado debates sobre la necesidad de regulación pública (BAR 2009, SANDVIG. Por ejemplo, las revisiones de literatura en Brasil, como en Machado (2018) y Silveira (2020a), también se centran en la discusión de la influencia o modulación que ejercen las plataformas digitales y sus algoritmos sobre la democracia, y no al contrario.

Nesse contexto, se pesquisadores como Silveira (2017) buscaram abordar abbretudo o gobernar dos algoritmos sobre una sociedade, o presente artigo aprente apregunta de inversión inversa: ¿cuáles son las principales tendencias de la inversión brasileña en regulación y gobernanza pública de las plataformas digitales y sus algoritmos?

Considerar el objeto del trabajo, realizarlouna Revisión Sistemática de Literatura (RSL) inédita para el análisis y discusión del estado del arte de la producción científica nacional sobre la regulación de las plataformas digitales. Como las RSL identifican, mediante una metodología rigurosa, la conjunción de tendencias teóricas y metodológicas en la producción científica sobre un tema desde la perspectiva comparada con diferentes estudios de autor (KITCHE-NHAM*et al.*, 2009).

Para proporcionar un diagnóstico de consenso, controversia y brecha de área, esta RSL puede indicar nuevas áreas de inversión para los encuestadores, congresos y órganos de acción, así como un servicio de referencia para las RSL que se analizarán en el futuro.*y otros*., 2018). Otro aporte es brindar una formulación de políticas públicas para ofrecer a las organizaciones de la sociedad civil y legisladores una síntesis de la discusión teórica sobre los efectos, límites y desafíos de las iniciativas regulatorias nacionales e internacionales (DACOMBE, 2017).

Para esta película, el artículo se divide en cinco secciones. Después de esta introducción, la segunda sección describe la metodología de desarrollo de

RSL, indicando su protocolo de búsqueda, bases consultadas, criterios de selección y procedimientos de análisis y clasificación de*cuerpo*trabajar.

La tercera sección presenta un análisis cuantitativo de los resultados, comparando los métodos de las prendas de moda para describir la evolución histórica y las principales características del campamento. Se ocupa de la distribución de trabajos y reseñas por publicaciones periódicas, áreas de conocimiento, instituciones de búsqueda, género y metodologías adoptadas. Também también analizó las citas de autores citados en conjunto con artículos y plataformas digitales, como las de los brasileños.

Durante la cuarta sección, se discuten sintéticamente los artículos analizados, distanciando sus tendencias teóricas y controvertidas, agrupados en una serie de cuatro pcs: a) el contexto internacional; (b) legislación o jurisprudencia nacional; c) regulación del trabajo organizado por plataforma; ed) analiza los principios comunes para las tecnologías digitales y los modelos comerciales disruptivos basados en una revisión teórica.

De hecho, concluye con los principales consensos y vacíos temáticos y metodológicos identificados en la literatura nacional, indicando posibles temas para futuras investigaciones. Este es el caso, por ejemplo, de la necesidad de más estudios sobre: el modelo chino de gobernanza; el contexto específico de Sul Global, con particular referencia a las plataformas brasileñas en referencia a las plataformas latinoamericanas; los límites de la discusión se limitan a las marcas legales; como alternativas públicas y comunicadores de plataforma; y como metodologías que involucran la participación de desarrolladores y trabajadores de la plataforma.

2. Metodología

Al igual que en el área de la ciencia saudita, el uso de RSLs está difundido en las ciencias sociales (DACOMBE, 2017). Su complemento buscará la información más exquisita de la literatura, incluyendo un protocolo de delimitación, reduciendo el número de autores seleccionando las referencias relevantes. favoreciendo la reproductibilidad del trabajo y la transparencia de los resultados (KITCHENHAM*y otros*., 2009).

Originalmente aplicada para el análisis de resultados cuantitativos de estudios clínicos, la incorporación de las RSL a las ciencias humanas exige la adaptación de los criterios de la saud (GALVÃO; RICARTE, 2020). También es necesario reconocer los desafíos de aplicar la RSL en un campo de discusión, que tiene como objeto de estudio tener un carácter interdisciplinario y no puede tener vocabulario, métodos y referentes teóricos consagrados por una historia de conferencias y dedicados*et al.*, 2018).

Nesse sentito, presentado RSL se puede clasificar como una metasintesis de estudios cualitativos, nuestros términos de Galvão y Ricarte (2020). Se basa en nuestros principios metodológicos descritos por Kitchenham*y otros*. (2009), de una manera que no se puede confirmar y la pretensión absoluta de cubrirlo todo

en la literatura disponible, buscar resultados que sean más precisos que aquellos que no son revisados sistemáticamente (SANTINI *et al.*, 2018).

De acuerdo con Kitchenham *y otros*. (2009), desarrollamos las tres etapas de revisión sistemática: la definición del protocolo de peces, su ejecución o análisis y discusión de los resultados. El protocolo consiste en la definición de la lista de búsqueda, su traducción a la metodología de búsqueda de bases de indexación periódica o la aplicación de criterios de selección para la definición de artículos relevantes.

Considerando el objeto de este trabajo, se presenta como la principal pregunta de la pesca: ¿cuáles son las principales tendencias de la pesca brasileña en la regulación de las plataformas digitales? Como parte de esta pregunta, hemos establecido dos componentes, (1) políticas regulatorias y (2) plataformas digitales, así como criterios de selección para el análisis de los artículos.

Utilización de convenios normativos y plataforma digital desde la revisión inicial de la literatura. El término regulación está asociado a la disciplina de las actividades sociales a través de algo más que municipios y órganos de respuesta, no necesariamente estatales (LIMA; VALENTE, 2020). El bus de uso de plataformas digitales incrementará el intercambio entre modelos de negocio, tecnologías sociotécnicas y digitales que hacen referencia a tecnología, servicio o peso económico específico.

Si bien esta escuela puede ser cuestionada, tiende a reducirse a la metodología RSL: cada concepto se desarrolla en una lista de palabras clave que incluye tanto sinónimos como otras categorías posibles, para ser probado en varias combinaciones tiene una definición de expresión que devuelve la más relevante. resultados

Para mayor acceso al Portal de Periódicos de la CAPES, la búsqueda fue realizada en cuatro índices de literatura científica: Scopus, EBSCO, IEEE y Web of Science. Como herramienta básica, le proporcionaremos un análisis de los resultados iniciales del Portal de Periódicos da CAPES.

Como búsquedas exploratorias, defina el siguiente término de búsqueda final: Regulación O Gobernanza O Legislación O Legislación O Democracia O Régimen O Dirección Y Plataforma O Plataforma digital O Big Tech O Monopolio digital O GAFAM O Big Data O Inteligencia artificial O Algoritmo. Esta expresión, basada en nuestros operadores booleanos, también se usa en inglés y tiene su sintaxis adaptada a las especificidades de cada base utilizada, incluido el uso de radicales. Los mecanismos de búsqueda están configurados para devolver resultados basados en resúmenes de los artículos en las áreas de ciencia política, comunicación, estudios interdisciplinarios, ciencia de la información, ciencia social y ciencia directa, considerados relevantes para otros.

Ejecución, en junio de 2021, buscará en nuestras bases científicas identificando 381 artículos. Estos foros se basan en análisis de relevancia relevante y criterios para la puesta en escena de exclusión de acuerdo con la pregunta de búsqueda (KITCHENHAM*y otros*., 2009). Los foros excluyen las producciones no originales, tales como reseñas, publicaciones no publicadas y revisiones periódicas, así como artículos de interés y artículos no disponibles. *en línea*o duplicados[1]. La definición del bus para visas periódicas muestra mapas que presentan resultados consolidados y que forman presentaciones y procesos de validación rigurosos para la comunidad científica (KITCHENHAM*y otros*., 2009).

Es precisamente el resultado de la valorización y publicación de libros de humanidades (SANTOS, 2013). De esta manera, la RSL no puede aumentar el volumen de literatura, así como los libros de Valente (2013, 2021) y Kalil (2020), y publicaciones de organizaciones de la sociedad civil, así como el colectivo Intervozes (2018). Además, los revisores de programas de posgrado y los editores de comunicación e información han estado en el cargo durante las últimas cuatro décadas, pero periódicamente solo tienen capiteles completos de libros y capítulos, equivalentes al número de audiencias del Congreso (BRASIL, 2019).[2]. Este hallazgo refuerza la justificación para la selección de publicaciones periódicas para el análisis de la literatura en ciencias sociales, como afirma Santos (2013), y en el área de comunicación e información, como lo refieren Araújo y Bufrem (2008).

Santos (2013) y Araújo y Bufrem (2008), así como Sobrinho (2020), también tienen referencias para considerar a los monos artículos publicados en revistas brasileñas como principal criterio para comprender el estado de la especie en la literatura nacional.

La relevancia temática de los artículos en la búsqueda de análisis de forma independiente por parte del autor y del posgrado colaborador participante en el proyecto del proyecto, tiende a ser seleccionado por aquellos que consideramos relevantes a partir de la lectura de títulos,
- chave e resume. En caso de discrepancia, los artículos completos serán examinados para una definición final.

Artículos que no nos informan como plataformas digitales como objeto principal, declarando investigar la regulación de Internet, datos o algoritmos, fueron considerados dentro del alcance de la propuesta explícitamente regulaciones para las actividades de las plataformas digitales o la discusión de estos temas. como parte de la responsabilidad de todos los operadores propietarios.

De acuerdo con Kitchenham*y otros*. (2009), cada artículo también presentó criterios de calidad. Foram selecionados apenas os que attendessem à siguientes questões: os objectivos do este estudio está claramente establecido? ¿Los métodos utilizados son apropiados para el objetivo? ¿Los límites son limitados?

Los 23 artículos considerados relevantes para nuestro trabajo de integración y análisis en cuanto a sus dos métodos de identificación: la evolución histórica de los números de publicación; distribución entre áreas de colección, publicaciones periódicas y autores; los métodos utilizados y las conclusiones teóricas, consensos y controversias resultantes. Además, las instituciones cuasi-académicas de los analistas y los recaudadores de impuestos declaran que son conocidos y que remiten a los autores a las bibliografías citadas, con el fin de identificar los principales centros tributarios, autores y obras de referencia, así como los que se mencionan a continuación y su revisión. no*cuerpo*.

La metodología utilizada se aplicó a otras revisiones de la literatura en el campo de la comunicación y la información (ARAÚJO; BUFREM, 2008; SANTINI*y otros*., 2018) para discusión de resultados: presentación de análisis cuantitativo seguida de descripción del contenido de los artículos por grupos temáticos, constituidos de acuerdo con las palabras clave y los respectivos objetos de estudio.

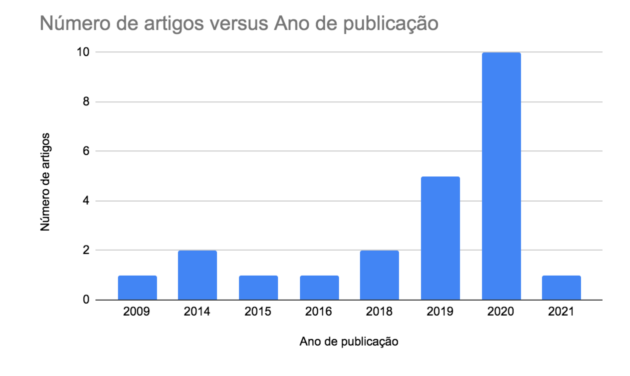
El análisis de contenido permitió identificar cuatro tendencias principales en materia de aborto que rigen las plataformas digitales a partir de los cuasi-artefactos que se clasifican: a) la regulación de la regulación y el papel de los ejemplos internacionales e internacionales; (b) análisis de la legislación y jurisprudencia nacional; (c) regulación del trabajo organizado por un medio de plataformas digitales; e (d) analiza los principios comunes para las tecnologías digitales y los modelos comerciales disruptivos basados en una revisión teórica.

Es necesario eliminar esta clasificación como viva en el tema principal que aborda cada artículo, con excepción de los temas transversales además de las obras.

3 Resultados: Análisis cuantitativo de la literatura

El agregado de 23 artículos relevantes dentro de 381 resúmenes analizados en proporción al volumen encontrado en otras revisiones de literatura (KITCHE-NHAM*y otros*., 2009; SANTINI*y otros*., 2018; SOBRINHO, 2020). Los trabajos fueron publicados entre 2009 y 2021, con un fuerte crecimiento en los últimos cuatro años, a partir de 2020, cuando se observará el 43% de los artículos relevantes en el Gráfico 1.

Gráfico 1-Número de publicación por año



Fuente: Elaboração pro-Pría, 2021.

Cabe señalar que la búsqueda no reflejará completamente el año 2021, sino que no se realizará hasta junio de este año. De todos modos, el resultado demuestra que el interés de la comunidad científica brasileña sobre el tema es reciente, aunque está aumentando rápidamente.

Las pesquisas demuestran fuerte concentración en el área de la derecha. De las 15 publicaciones periódicas en las que se encontraron artículos, ambas eran de programas de posgrado en derecho, y tres estaban incluidas en programas de sociología, dos eran de comunicación, y eran de ciencias de la información y filosofía, por supuesto.

Entre los 15 periódicos con artículos relevantes - de acuerdo con el Cuadrado 1 - tiene una alta centralidad de*Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones* de la Universidad de Brasil, que concentra el 31,8% de los trabajadores.

Cuadrado 1-Publicaciones por periódico

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

nombre de la revista	Artículos por revista	Área pública cación
Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones	8	Direito
Revista de la Dirección Brasileña	2	Direito
Revista Sociedade e Estado	1	Sociología
Revista Cuestio Iuris	1	Direito
Revista Mediações	1	Sociología
Revista de Estudios de Sociología	1	Sociología
Revista Eptica	1	Comunicación
Revisión Electrónica del Curso de Dirección de la UFSM	1	Direito
Revista Eletrônica do Curso de Direito - PUC Minas Serro	1	Direito
Revisión directa y práctica	1	Direito
Revisión de Directores Setoriales y de Regulación	1	Direito
Revista Contracampo	1	Comunicación
Revista Acta Scientiarum: Ciencias Humanas y Sociales	1	Filosofía / Ciencias Social
Enlace a revisión	1	Ciencia de la Información mação
Revisión de secuencia - Estudios legales y políticos	1	Direito
General total	**23**	

Un análisis del vinagre académico realizado por los autores revela que no existe una concentración en ningún centro específico de producción científica, ya que cada institución es referida como un solo trabajador.

Tiene instituciones internacionales -tres clubes franceses, dos españoles y unipersonales en Inglaterra, Estados Unidos, México, Portugal y Colombia- y

dez nacionais informadas pelos pesquisadores. En Brasil, los autores están concentrados en universidades públicas del centro del país, como se demuestra en el Cuadrado 2.

Cuadrado 2-Vínculos académicos informados por los autores

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

Instituciones Internacionales	Instituciones Nacionales
Escuela Annenberg de Comunicación - Universidad del Sur de California	Facultad de Comunicación - Universidad de Brasilia
Centro de Estudios Sociojurídicos - Universidad de Oxford	Departamento de Filosofía - Paulista Universidade Paulista Júlio de Mesquita Filho
Facultad de Derecho de la Sorbona - Universidad de París 1 Pantheon-Sorbonne	Programa de Posgrado en Sociología - Universidad Federal de Rio Grande do Sul
Laboratorio de Mercado de Bonos - Universidad de París-Este	Departamento de Sociología - Universidad Federal del ABC
Laboratorio de Derecho de los Negocios y Nuevas Tecnologías - Universidad de Versalles Saint-Quentin-en-Yvelines	Departamento de Sociología - Universidade Estadual de Campinas
Centro de Estudios del Instituto Federal de Telecomunicaciones - México	Programa de Maestría en Dirección - Universidad Meridional
Instituto Politécnico de Beja - Portugal	Programa de Maestría en la Dirección de la Sociedad de la Información - Facultad Metropolitana Unida
Instituto de Empresa de Madrid - Universidad de Castilla La Mancha	Programa de Posgrado en Derecho - Universidad Federal de São Paulo
universidad complutense de madrid	Programa de Posgrado en Derecho - Universidad de Rio de Janeiro
Facultad de Derecho - Universidad de Medellín	Programa de Posgrado en Directo - Universidad Federal de Río de Janeiro

Además de los centros de votación, hay autores que apoyan a los organismos reguladores, como la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), la Autoridad de Competencia de la República Francesa y el Ministerio Federal de Asuntos Públicos.

Apenas Sérgio Amadeu da Silveira (2020a, 2020b) tiene dos artículos sobre *cuerpo*, con las mismas encuestas contribuyendo a una publicación.

cuya distribución general se observa en las revisiones bibliográficas (SANTINI*y otros*., 2018; BAHÍA*y otros*., 2020) de modo a mapper desigualdades.

3 Este término es mencionado anteriormente por Parra et al. (2018).

De hecho, los 39 autores de los artículos relevantes para el estudio identifican 30 hombres y hombres nuevos.

De los 617 autores citados en nuestros artículos, 12 fueron referenciados en más de dos mil trabajos. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se cita en cinco artículos; Zuboff, Srnicek, as Nações Unidas, Sarlet, Pasquale, Mueller, Mayer-Schonberger, Lessig, Gillespie, Debet y De Stefano são citados em três.

La concentración de la discusión en el campus de la justicia refleja las tendencias metodológicas de los estudios brasileños sobre la regulación de las plataformas digitales: 15 trabajos fueron agregados a la jurisprudencia (ver Cuadro 3).

Cuadrado 3-Distribución de obras por método adoptado

Artigos	Metodología adoptada
Behar-Touchais (2020); Bar; Sandivig (2009); Píldora (2019); Silveira (2020b); Masseno (2019); Clément-Fontaine (2019), Calderón-Valencia; Pérez-Montoya; Morais (2021); Silva (2014); Boff; Fuertes (2014); Leyta (2016); Sousa; Gorczevski (2020); Guimaraes (2019); Keller; Vaz e Dias (2020); Oliveira; Carelli; Grillo (2020); Rosenfiled; Mossi (2020)	Revisión judicial y revisión de la literatura
Freitas (2018); Souza; Villa; González (2020); Cravo (2015); Armenta (2019). Silveira (2020a)	Revisión de literatura
Lima; Valente (2020); Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018)	Búsqueda documental
Antunes; Filgueiras (2020)	entrevista semistruturada

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

Foram analizó como se acercaban las plataformas digitales en cada artículo de modo de entender cuasi como concentrar la atención de los buscadores. Identificar el predominio de la empresa GAFAM[3](PARA*et al.*, 2018), grupo formado por Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft. Es por primera vez que, además de nuestras filiales, trabaja el 21,9% de los trabajadores. Links de LinkedIn y Booking.com, estas corporaciones solo se citan en más de dos trabajos, de acuerdo con Quadro 4.

Cuadrado 4-Plataformas y empresas mencionadas en más de dos artículos

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

4 Embora actualmente es propietaria de Alphabet y posee empresas de nube receptivas asociadas con Google, mantém-- se encuentra en la literatura refiriéndose al nombre del motor de búsqueda de la corporación como equivalente a la titularidad propietaria de las plataformas. La misma opción está relacionada con Meta, manteniendo las plataformas compradas originalmente en Facebook.

Compañía	Plataforma	Artigos que as abordam	%
Alfabeto / Google[4]	Google	Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018); Silveira (2020a, 2020b); Behar-Touchais (2020); Píldora (2019); Masseno (2019); Clemente-- Fuente (2019); Lima; Valente (2020); Leyta (2016); Souza; Villa; González (2020); Cravo (2015); Armenta (2019).	16.4
	YouTube	Silveira (2020a); Píldora (2019); Fortes, Boff (2014).	4.1
	G Suite	Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018)	1.4
Meta/Facebook	Facebook	Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018); Silveira (2020a); Píldora (2019); Lima; Valente (2020); Leyta (2016); Souza; Villa; González (2020); Sousa; Gorczevski (2020)	9.6
	Instagram	Silveira (2020a); Sousa; Gorczevski (2020)	2.7
	Whatsapp	Lima; San Valentín (2020)	1.4
Amazonas	Amazonas	Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018); Silveira (2020b); Píldora (2019); Souza; Villa; González (2020); Silva (2014); Antunes; Filgueiras (2020); Oliveira; Carelli; Grillo (2020)	9.6
	Mecánico turco	Oliveira; Carelli; Grillo (2020); Rosenfiled; Mossi (2020); Antunes; Filgueiras (2020)	4.1
manzana		Parra; Cruz; Amiel; Machado (2018); Píldora (2019); Silva (2014); Cravo (2015); Armenta (2019)	6.8

Muy entretenido, gran diversidad: 26 plataformas diferentes están disponibles para nuestro uso. Además de estas citas, hay referencias a: Dropbox (PILLET, 2019; SILVA, 2014), Decolar.com (GUIMARÃES, 2019; KELLER; VAZ; DIAS, 2020), Ifood (ANTUNES; FILGUEIRAS, 2020; SOUZA; VILLA ; GONZALEZ , 2020), Airbnb (PILLET, 2019; OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020); Twitter (PILLET, 2019; LEITE, 2016), Yahoo (SILVA, 2014), MySpace (FORTES; BOFF, 2014), Kelkoo (BEHAR-TOUCHAIS, 2020), Rappi (ANTUNES; FILGUEIRAS, 2020); 99

Taxi (ANTUNES; FILGUEIRAS, 2020), Ebay (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020); Mercado Livre (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020), TaskRabbit (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020), GetNinjas (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020), Blablacar (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020), Microworkers (ROSENFER) ; MOSSI, 2020) y CrowdFlower (ROSENFILED; MOSSI, 2020).

4 Análisis y discusión de los artículos

Esta sección presentará y discutirá el conjunto de artículos considerados relevantes para la especificación, informando sintéticamente sus principales características temáticas, tendencias teóricas comunes y controvertidas. Los artículos se presentarán agrupados a su vez en cuatro ejes para regular las plataformas digitales: a) una inversión en el contexto internacional; (b) análisis de la legislación y jurisprudencia nacional; c) regulación del trabajo organizado por plataforma; ed) analiza los principios comunes para las tecnologías digitales y los modelos comerciales disruptivos basados en una revisión teórica.

4.1 Discusión internacional sobre regulación de plataformas

Lima e Valente (2020) presenta el único trabajo que pretende mapear el tema del debate internacional sobre la regulación de las plataformas digitales. Entre los organismos multilaterales, como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2014, defiende la aprobación de una legislación nacional sobre la protección de los papás. En 2019, ONU lanzó su "Pintor de Alto Nivel para la Cooperación Digital", cuya relación aspira a un sistema de gobernanza global que no se formó como agentes privados, sino que también incluye a usuarios de plataformas digitales. Sí a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) propone la necesidad de actualizar los mecanismos antimonopolio para las plataformas digitales.

Operadores de telecomunicaciones presionan a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) para incentivar la competencia*excesivo*(OTT): Aplicaciones*en línea*que sustituye a los servicios tradicionales de telecomunicaciones (LIMA, VALENTE, 2020). Sin embargo, la propuesta del gobierno brasileño y el estudio de la UIT se centró en la retirada de las normas relativas a las empresas de telecomunicaciones.

Los autores también se refirieron al documento "Chamado de París", presentado por el gobierno francés en el Foro Global de Gobernanza en Internet de 2018, como una alternativa a la división bipolar de la geopolítica entre el "Internet de los Estados Unidos", con libertad total para los grandes conglomerados privados, y "desde China", fuertemente controlados por el gobierno.

En el área de la sociedad civil, Lima y Valente (2020) estamos proponiendo regulación de las plataformas digitales del Instituto Brasileño del Consumidor (IDEC) y del Conocimiento Público; el documento Access Now y la propuesta de regulación coordinada con Observacom, Uruguay

guai, pelo Coletivo Intervozes, do Brasil, y pela Asociación para los Derechos Civiles (ADC), da Argentina.

En resumen, estas iniciativas proponen una herramienta normativa estructurada para promover los derechos humanos; mecanismos de transparencia en nuestras plataformas de toma de decisiones; condiciones de servicio que no impongan una asimetría de poder exacerbada a los usuarios; y claros arrepentimientos por suspensión o baja de cuentas y publicaciones (LIMA; VALENTE, 2020).

4.1.1 El escenario europeo

Otros cinco autores comentan la evolución de la legislación en Europa, su eficacia y las nuevas propuestas regulatorias en discusión. Los regímenes de responsabilidad legal europeos y franceses de los intermediarios técnicos investigados por Clément-Fontaine (2019) cuantifican el rescate de los derechos de los usuarios, y de Behar-Touchais (2020) para discutir el poder de monopolio de los gigantes de Internet y sus prácticas prácticas desleais en relación con los corredores y competidores. Pillet (2019) analiza la aplicación de las directivas francesas sobre contratos para eventos comerciales regulares, mientras que Masseno (2019) se enfoca en las consecuencias de*grandes datos*para las directivas de consumo proporcionadas por la Unión Europea (UE). Já Silveira (2020b) discute la construcción de una nueva figura jurídica, la persona electrónica, propuesta por las recomendaciones aprobadas por el Parlamento Europeo en 2017.

Inicialmente, la Unión Europea estableció en el año 2000 el principio de responsabilidad de las plataformas digitales para la intermediación de contenidos, prestaciones y servicios. El principio también fue ratificado por el gobierno francés en 2004 con respecto a la confianza en la economía digital, basado en el argumento de que el monitoreo y la moderación deben ser prohibitivos (CLÉMENT-FONTAINE, 2019).

Por ejemplo, en 2014 el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, a juzgar por Google, definió que el acceso directo individual a la preferencia, en principio, sobre el interés económico de las plataformas, que debe indexarse como información disponible en caso de falla. Masseno (2019) considera que el Acuerdo Google España, tal y como se decidió en la sentencia, señala que ni siquiera la limitación por parte de los legisladores impide la regulación de las plataformas, ni siquiera la jurisprudencia. Recientemente, el Reglamento General de Protección de los Papás de la Unión Europea (RGPD) consolidó la previsión del derecho de los ciudadanos a solicitar el pago de sus regalos personales (CLÉMENT-FONTAINE, 2019; BEHAR-TOUCHAIS, 2020).

Por cierto, para Clément-Fontaine (2019) la aparición de nuevos derechos digitales de los ciudadanos acentua o fortalece la función cuasi jurisdicción de los intermediarios técnicos, en la que confían las autoridades públicas o el papel de moderación de las críticas. contexto de Nesse, el no reconocimiento de servicios como las plataformas digitales que son esenciales para

Parte de la Autoridad de Competencia francesa permite la discrecionalidad de estos sin la exclusión de ningún contenido o bloque de usuario, independientemente de la decisión de un organismo público. Estos casos son considerados prestadores de servicios esenciales, no podrán ser realizados de esta forma y no estarán sujetos a órdenes judiciales (BEHAR-TOUCHAIS, 2020).

Desde 2015, las leyes europeas y francesas han definido una categoría legal específica para las plataformas digitales. El principio de establecimiento de "Principio de plataformas digitales tanto para consumidores como para participantes profesionales" fue cuestionado como simbólico por Clément- - Fontaine (2019), aunque no distingue entre plataformas que ejecutan gigantes de internet y ciudadanos.

Behar-Touchais (2020) considera que la legislación es un avance, pero cuestiona la efectividad de la disposición legal en términos de necesidad y no obsta para el establecimiento de sanciones y principalmente de su aplicación a las autoridades competentes. Registrarse como Google es considerado responsable de abusos de posición dominante por parte de la Comisión Europea, pero no es sancionado en términos de las negociaciones.

Pillet (2019) ha llegado a una conclusión idéntica y definitiva ya que, según la Comisión Francesa de Cláusulas Abusivas aprueba que los términos y condiciones se utilizan en plataformas como el Código de Asuntos del Consumidor, no se han tomado decisiones por parte de otras autoridades. Por tanto, para Pillet (2019), a los humoristas maltratadores que son gigantes de Internet no se les exigirá el cumplimiento de las normas existentes, pero no les serán de aplicación. El autor concluye que algunos pueden tener una producción de resultados protectores para los internautas al aumentar el número de acciones judiciales de carácter colectivo a través de asociaciones o entidades públicas.

Por otro lado, Clément-Fontaine (2019) aboga por una forma favorable de solución en cooperación con los intermediarios. Modelo Nesse, como plataformas digitales que, al corriente del principio de responsabilidad, asumiendo un conjunto de términos definidos y auditables, ganan incentivos legalmente.

E, mientras que Pillet (2019) es crítico con el patrocinio masivo de los contratos, Masseno (2019), en cambio, considera que la personalización de los contratos a mediados de*grandes datos*mi*chatbots*aumentar la asimetría entre plataforma y usuario. Este paso lo llevará a un negociador automatizado con un profundo conocimiento de sus necesidades y aspiraciones. Nesse sintió que era imperativo establecer un conjunto de criterios de boa-fé para programar estos operadores.

Masseno (2019) ainda destaca outro risco: de a capacidade technic do*grandes datos* recurrir a la anonimización de los datos personales reversibles, que es la principal preocupación del Mercado Digital del Mercado Único Europeo para aumentar el flujo de datos no personales. E a nova Diretiva (UE) 2019/770 do Parlamen-

a Europeu establece explícitamente la posibilidad de monetizar los datos personales de los consumidores, es decir, constituir un medio de pago y una modalidad alternativa a la fiduciaria.

Otra crítica de los medios europeos, esta vez de Silveira (2020b), es la resolución del Parlamento Europeo, de 16 de febrero de 2017, que recibió recomendaciones a la Comisión sobre las disposiciones del Código Civil sobre Robótica (2015/2103). La resolución, que presenta diversas recomendaciones sobre el uso de la inteligencia artificial, propone la creación de una figura jurídica específica para los sistemas algorítmicos autónomos de inteligencia artificial, incluida la persona electrónica. Se trata de un surgimiento de la necesidad de definir responsabilidades en cuanto a decisiones posesivas y humanas de derechos humanos y, para Silveira (2020b), expresa discursos como los grandes futuros de complejidad de los algoritmos a los que se toman las decisiones de los programadores, entonces necesidad de establecer estos responsabilidades.

4.1.2 El escenario americano

Dos analistas están trabajando en políticas regulatorias en los Estados Unidos. Bar y Sandvig (2009) discuten los desafíos regulatorios coloquiales que enfrenta la convergencia mediana en nuestros Estados Unidos y, de forma pionera entre los artículos analizados, necesitamos regular la arquitectura y *diseño*las plataformas digitales. Además de equilibrar las políticas regulatorias de los Estados Unidos de América, Bar y Sandvig (2009), también describimos insuficiencias en Internet de segmentos de la legislación e infraestructura que están segregados, incluido Internet para una confianza que como regresión implicaba la libro mercado superariam quaisquer normas explicitas de gobierno.

Por el contrario, Bar e Sandvig (2009) defiende la necesidad de mecanismos públicos que garanticen condiciones no discriminatorias para tres directivas básicas: el derecho a publicar, o el intercambio privado entre usuarios de voz y de comunicarse en plataformas de comunicación. Deveria existe para exigir que la arquitectura de las plataformas se desarrolle de manera que pueda revelar sus puntos de vista o permitirles ser "capaces de influir en los espacios de diseño existentes para reflejar sus propias necesidades o configurarlos" BAR; SANDVIG, 2009, p. 106), mediante aperturas de programación y acceso a libros.

Já Calderon-Valencia, Montoya e Morais (2021) analiza y regula los servicios de los sistemas de inteligencia artificial (SIA) utilizando nuestros sistemas judiciales en Colombia, Brasil y Argentina. Analizando el Mapa Iberoamericano del Gobierno Europeo, Políticos Nacionales en Vigor, como Marco Ethico para la Inteligencia Artificial (IA) de Colombia, y sus proyectos

en el caso del proyecto brasileño Lei n° 21/2020 sobre el uso de inteligencia artificial, los autores sintetizan una conjunción de marcas éticas para la gobernanza pública de las plataformas que utilizan inteligencia artificial (CALDERÓN-VALENCIA; MONTO); .

Nesse sentido, Calderon-Valencia, Montoya y Morais (2021) apontam os seguintes principi para para o commercial des public de public de Svols de SIAs: o da privacidade, segundo o qual os dados utilos pelos algoritmos devem contar com consent consento; o la no discriminación, previniendo a las personas racistas o sexistas; de claridad, en segundo lugar, que los propietarios no deben negarse a informar los parámetros del comportamiento automatizado y la función de justificaciones técnicas; eo del recurso a la supervisión humana.

4.2 El debate regulatorio en Brasil

Boff y Fortes (2014) discuten las perspectivas brasileñas sobre el establecimiento de mercados regulatorios para la gobernanza del ciberespacio. Leite (2016) analiza los límites del Marco Civil en Internet para garantizar derechos. Já Silva (2014) invierte en la regulación de los servicios informáticos en el nuevo frente en Lei Geral de Dotção de Dados (LGPD), objeto de Sousa y Gorczevski (2020).

Para Boff y Fortes (2014), Marco Civil respeta los cimientos que creó *web* desde la consulta colaborativa hasta los usuarios del discurso. Y su implementación es reglamentada por el Poder Judicial con decisiones contradictorias respecto a las responsabilidades de las empresas de Internet. En consecuencia, tensiones normativas permanentes entre los compromisos impuestos a Brasil en los procedimientos intergubernamentales y en las decisiones de los órganos nacionales.

Este es el caso discutido por Boff y Fortes (2014) a raíz de una profunda inspección de los pactos de habla, pero conocidos como *inspección profunda de paquetes* (DPI), una tecnología que emplea a personas para obtener información personal y monitorear el uso del habla por parte de los usuarios. El DPI fue reconocido como una práctica legal y recomendado por una Asamblea Mundial de Normalización de las Telecomunicaciones (AMNT) cuando fue firmado por Brasil. Mientras tanto, el Comité sobre Internet de la Gestión en Brasil (CGI.br) considera que el uso de DPI es, entre otras cosas, el principio de neutralidad de expresión y recomienda su rechazo.

Silva (2014), por su parte, tiene posibles disputas legales basadas en discrepancias entre las leyes de los países de atención al usuario, las plataformas pesqueras y las plataformas digitales utilizadas como información. Leite (2016) tiene una posición similar, afirmando que Embora Marco Civil brinda una serie de garantías a cambio de la neutralidad del discurso, la privacidad de los usuarios y la libertad de expresión, es capaz de proteger los derechos fundamentales vulnerados por el flujo de datos mundiales foros de el territorio nacional, con exclusión de los incidentes de Marco Civil. Para Silva (2014), el contexto nesse los derechos de los usuarios y los términos efectivos de las plataformas se restringen a los contratos celebrados entre las partes.

Según Marco Civil, la LGPD tiene una aplicación extraterritorial de sus disposiciones, a partir de que los datos fueron tratados en otros países dentro del territorio brasileño, como Sousa y Gorczevski (2020). Sin embargo, los autores cuestionaron la falta de autonomía de la Autoridad Nacional para la Protección de los Papás (ANPD), responsable de la compresión del cuerpo, así como la necesidad de mecanismos para evitar que la recolección de datos sea suspendida y eliminada. También criticamos la exclusión de la plataforma de plataformas financieras de la LGPD y concluimos que la decisión no se tomó sobre la base de los objetivos de los vetos presidenciales anteriores como principios mediáticos coercitivos.

4.2.1 Regulación de mercados y tecnologías específicas en Brasil

Tanto Guimarães (2019) quanto Vaz e Dias, Sant'anna e Keller (2020) debaten y regulan las prácticas de geodiscriminación, caso de *geobloqueo*, el bloque de ofertas y contenidos, y hacer *geoprecio*, diferenciación de precios y en función de la ubicación geográfica de los usuarios. Estos dos artículos han sido señalados, como parte de la descolarización de la plataforma Decolar.com, que practican *geobloqueo* mi *geoprecio* efectivamente podemos vulnerar principios constitucionales y que los sistemas de defensa del consumidor y de competencia pueden vulnerar la represión, incluso en caso de arrepentimientos puntuales.

Entretanto, Vaz e Dias, Sant'anna e Keller (2020) Resaltam que o *geobloqueo* es fundamental para la adecuación de las plataformas transnacionales a los estándares nacionales, modulando la oferta de sus contenidos al público y operando los estándares de su país, como es el caso de los servicios de *transmisión*.

Ja Parra *et al.*(2018) ha incluido plataformas digitales en el mercado educativo, incluidas conferencias entre G Suite For Education, Google y universidades públicas brasileñas. Los autores identifican una estrategia para superar la regulación e implementar políticas de vigilancia y espionaje para distinguir entre "datos" e "información" en nuestros términos de uso. Es una cláusula que confirma el compromiso con la privacidad, el objeto del texto son los "obsequios del cliente". Sin embargo, cuando se utiliza el término “información cotejada”, la política de Google permite una serie de actividades de vigilancia” (PARRA *et al.*, 2018, pág. 82).

Los autores se han comprometido a una garantía de acceso a las empresas de contenido de hospicio producidos por los consejos académicos después de la conclusión de las convenciones. En un escenario de corte de hacienda pública, la dependencia de los servicios de las plataformas digitales puede revertirse, complementada con la pérdida de autonomía tecnológica de las universidades.

Un hospedagem, en territorios subordinados a otras legislaciones, gran volumen de información científica y estratégica es otra preocupación, que

levou a swéis a proibir suas institucities prublicas de adotar os sysystems do Google (PARRA *et al.*, 2018). En Brasil, también Decreto N° 8135/2013, editado por la Presidenta Dilma Rousseff, previa:

> como directivas de administración pública federal, autarkoque y escrituras fundamentales se realizan a través de servicios de comunicaciones de telecomunicaciones y tecnología de la información forense para organismos o entidades de la Administración Pública Federal, incluidos los BRAS, *apud* PARRA *et al.*, 2018, pág. 90).

En consecuencia, la evaluación de los autores es que la realidad demostró la nulidad de la marca legal y requirió una nueva gobernanza digital de las universidades públicas brasileñas basada en sistemas de información propietarios.

4.3 Regulación del trabajo en plataformas digitales

Trés trabalhos discute y regula la dirección de los trabalhistas de las relaciones profesionales mediadas por plataformas digitales. Oliveira, Carelli y Grillo (2020) compartirán diferentes posiciones sobre el tema de trabajo sobre el tema, con foco en Uber. Se establecen Antunes y Filgueiras (2020), como parte de entrevistas a entidades indicadoras relacionadas con la subordinación del trabajo a plataformas y tarimas para su regulación. Já Rosenfiled e Mossi (2020) investiga las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para la regulación del microtráfico *en línea*, mediada por plataformas como Amazon Mechanical Turk (AMT).

Todos estos autores son críticos al negar la incidencia de la regulación de la juslaboración en las plataformas digitales y su comprensión como mediadoras de las relaciones entre los usuarios de los servicios y sus consumidores. Es una plataforma que alega que la falta de jerarquía personal y periodística fija las características de la autonomía de los profesionales que utiliza, Antunes y Filgueiras (2020) afirman que la relación de nómina puede ser probada en la definición de remuneración y cargos adicionales como la dotación de capacidad de clientes para la debida cuenta y para el control de la jornada para incentivos sistemáticos a la ampliación del horario.

Diante dessen escenario, Oliveira, Carelli y Grillo (2020) mapean como posibilidades de regulación: (a) la regulación de las empresas, que unilateralmente la escuela quais direitos concede aos trabilhadores, model da lei francesa para plataformas de transporte; (b) una tutela parcial de los derechos de los trabajadores de plataforma, en el supuesto de "trabajo autónomo dependiente" en España; (c) una nueva figura jurídica con todas las directivas laborales, por ejemplo los “trabajadores hetero-organizados”, aplicándose

cada pela lei italiana; o (d) la legislación laboral vigente aplicada cuando una plataforma ejerce una función de mecenazgo para manifestar una "dirección de servicios" de todos los usuarios, categoría a la que se refiere el art. 2º de la Consolidación de la Ley del Trabajo (CLT) Brasil.

Discutir la posición contraria sobre la posibilidad de que Brasil adopte una legislación específica para las plataformas digitales, como el proyecto propuesto n° 7579/2017 (BRASIL, 2017), pensado como una indagación sobre los derechos laborales de los trabajadores (OLIVEIRA; CARELLI; GRILLO, 2020).

Sí, Rosenfield y Mossi (2020) consideran que la legislación actual no protege a los microtraficantes. El microtrabalho, también llamado *trabajo colectivo*, es la distribución de microchips para una masa de usuarios domésticos a través de mis plataformas digitales. Estas actividades incluyen una variedad de acciones: interacciones en redes sociales para transcribir imágenes y sonidos para refinar algoritmos y reducir datos. Una discusión del enfoque de los autores sobre las responsabilidades de las plataformas como empleadores y la presentación de un conjunto de directrices: libertad sindical y negociación colectiva, aplicación del salario local para el cálculo de la remuneración y comunicación directa a .

Finalmente, Antunes y Filgueiras (2020) presentarán una lista de preparativos para la imposición de regulaciones a las plataformas, enumerando victorias como la de California que establecerá el derecho de empleo de los automovilistas, incluyendo cualquier otra sindicación de los contratistas de Rappi en Argentina. Su trabajo también asegura que a los más digitales les gusta el reconocimiento de los ángulos de trabajo, debido a que las extensiones se basan en datos, así como la presión sobre las plataformas que los tratan, incluyendo acciones legales de bloqueo.

4.4 Debates teóricos sobre los principios de regulación

Freitas (2017) publica una historia de posiciones teóricas en la literatura internacional sobre la regulación de Internet pública y los modelos de negocio basados en ella. Para el autor, hay dos oposiciones actuales que dominan el debate, los libertarios tecnológicos y los ciberpaternalistas.

En segundo lugar, el autor, los libertarios de la tecnología abogan por la regulación de Internet y la función de su carácter transnacional, en violación del sistema estatal soberano y sus características técnicas que observan las políticas regulatorias segmentarias del siglo XX. Sí, para los ciberpaternalistas, Internet está sujeta a una combinación de gobernanza, normas sociales, principios de mercado y códigos de plataforma, con arquitectura modular y posibilidades regulatorias.

Sin embargo, Freitas (2017) cuestiona la definición de interés público en el gobierno y regulación de los medios digitales. El autor resulta

a diferencia de defender el interés público reducido a la eficiencia económica, en segundo lugar, lo que le hace al mercado regulatorio es una corrección de fallas potenciales del mercado, incluyendo la noción de protección de los derechos humanos y los principios sociales. Cravo (2015) identifica una polarización similar en el debate sobre los desafíos de la ley de emergencia *grandes datos*, utilizado para la escisión de los cargos o pensión de Immanuel Wallerstein.

Souza, Villa y Gonzalez (2020) investigan la contribución de la filosofía al establecimiento de principios universales que garantizan el derecho de las personas en el contexto de*grandes datos*inspirado en la obra de John Stuart Mill. Los detectives necesitan el desarrollo de tecnologías y marcas normativas que permitan la autonomía de los individuos para realizar sus propias actuaciones, ejerciendo su mayoría en el mandato.

Já Silveira (2020a) analiza los discursos sobre la regulación de los algoritmos digitales. El autor tiene tres propuestas en principio de regulación: estatal; híbrido, que actúa como una plataforma activa para la regulación de sus acciones a través de auditorios y términos de compromiso; o realizados por organizaciones independientes del Estado. Es aquí donde surge la necesidad de nuevas directivas, ya que no están sujetas a decisiones abiertas basadas en tratamientos automatizados o explicaciones de decisiones tomadas por sistemas automatizados. Y constancia que las demandas también pueden darse en la creación de mercados regulatorios: consultores, auditores, especialistas y pliegos, entre otros.

Por ejemplo, Armenta (2019) analiza los requisitos regulatorios necesarios para los nuevos sistemas tecnológicos, como el Internet de las Cosas (IoT), o 5G y el uso de la inteligencia artificial. El autor plantea la posibilidad de que las empresas consolidadas implementen barreras de entrada a nuevas áreas de tecnología que favorezcan las innovaciones tecnológicas y la concentración existente. En contravención, presenta un conjunto de necesidades normativas por parte del poder público.

Armenta (2019) también menciona nuevas demandas de regulación del espectro electromagnético en función de su uso intensivo por maquinistas autónomos, y legiones de conexión de calidad con la oferta de servicios que necesitan aumentar la latencia además de y fábricas controladas a distancia.

Además, el autor indica la necesidad de marcas éticas y legales para los sistemas de inteligencia artificial, así como arquitecturas abiertas para los servicios de IoT que permitan la interconexión e interoperabilidad con otros sistemas y discursos, así como requerir el consentimiento de los padres de los operadores. Nesse context, tecnología 5G, para admitir en un solo discurso físico simultáneamente varios discursos virtuales con diferentes características de diseño, colocará novos desafíos para el principio de neutralidad del discurso.

5 Consideraciones finales

El propósito de esta revisión sistemática de literatura es reflejar el estado del arte de la literatura nacional sobre el tema, identificando tendencias comunes y lacónicas, y sugiriendo nuevas áreas a explorar. Con base en los resultados, se puede concluir que la regulación de las plataformas digitales es un tema emergente en el ámbito de la dirección, pero aún inconveniente en el campo de los estudios de comunicación en el país. Su inversión en Geral se concentra en nuestros últimos dos años.

Este vínculo de la RSL, en relación con Brasil, se basa en el Debate Internacional de Lima y Valente (2000): no está de acuerdo con el concepto de plataformas digitales y utiliza el término para designar a estos agentes y referirse a su regulación legal. Gigantes de Internet, intermediarios técnicos, plataformas de comunicación, plataformas algorítmicas, GAFAM, monopolios digitales: estos son solo algunos ejemplos de cómo los autores abordan el objeto de las políticas regulatorias discutidas.

Esta diversidad, combinada con la variedad de autores a los que se hace referencia en los trabajos, con solo referencias comunes, no puede indicar nada como - adoptar una perspectiva interdisciplinar, aunque sea un campo que necesita ser consolidado. Nesse sintió que acercarse a la crítica de la teoría social y discutir políticas públicas, reunirse con científicos sociales y juristas, podría ser objeto de simpatía.

La literatura también revela la amplitud de la legislación sobre incidentes en plataformas: responsabilidad por contenidos, protección de datos, antimonopolio y trabalhistas, y regulación de tecnologías específicas como geodiscriminación, IoT e IAs. La diversidad teórica y legal no está de acuerdo con el desafío de establecer marcas comunes para crear un fenómeno que alcance todas las dimensiones menos las de la vida social y económica.

Apes dese quadro, identificamos por consenso la naturalidad de las plataformas digitales. El modelo de negociación basado en la intermediación activa, incluyendo las tecnologías digitales, las relaciones entre terceros, su información, sus contenidos, bienes o servicios, es una característica que acompaña al acercamiento a la literatura. La discusión sobre la extracción de datos y su uso intensivo por parte de los sistemas algorítmicos también es una constante en nuestros trabajos publicados desde 2015, que comprende el 86% de los artículos.

En cuanto al debate de la regulación, los peticionarios muestran una perspectiva crítica sobre la regulación o corrección de las plataformas por parte de los políticos.*ley suave*. La posición más matizada es la de Clément-Fontaine (2019). Esta RSL no es capaz de identificar un solo flujo de trabajo que avale la posición de autorizar plataformas digitales.

Los argumentos a favor de la regulación pública dan como resultado diferentes efectos de la monopolización de los mercados en las plataformas digitales. Sintéticamente: a) ha aumentado la asimetría entre empresas y usuarios; b) como anti-

competir para evitar el abuso de una posición dominante; c) el poder político y socialmente poderoso de estas empresas desde la centralidad de sus plataformas.

Al mismo tiempo, prevalece un equilibrio crítico en cuanto a la capacidad de las marcas legales e implementadas para cubrir sus principios. Como excepción al caso de Google España, los hallazgos relacionados con el contexto europeo demostraron que la aplicación por parte de las autoridades de violaciones abusivas de directivas y prácticas no resultó en sanciones relevantes para las plataformas, que a menudo se utilizan en nuevas prácticas comerciales.

En Brasil, la Observación y Posterior Derogación del Decreto N° 8135/2013 (BRASIL, 2013) y las Críticas a la Eficacia de la Internet Civil Civil (LEITE, 2017; SOUSA; GORCZEVSKI, 2020) y LGPD (SOUSA; GORCZEVSKI, 2020) demuestran tendencioso semelhante.

Este balance de literatura puede ser utilizado por legisladores y organizaciones de la sociedad civil. Las RSL son todas muy valoradas por los hacedores de políticas públicas (DACOMBE, 2017) y presentan trabajos que pueden indicar que hay cambios estructurales en los mercados digitales que requieren matrimonios más profundos que abiertos.

Colocam es una cuestión de ampliar el debate y la necesidad de imaginación política y reflexión teórica sobre qué políticos pueden ser efectivos en la representación del interés público, aunque para colocar en esta cuestión de conocimiento concebible, sus tensiones y disposiciones hacia la política.

Desde el punto de vista de la mirada metodológica, la concentración en el seudónimo judicial o la revisión de la literatura abren espacio para más trabajos que son investigados como perspectivas de las disputas de diferentes actores sociales y la regulación de las plataformas digitales, por mí y entrevistador.

La visión de los profesionales brasileños de la era de la tecnología y de los empleados de las plataformas digitales en el país está actualmente abierta a discusión. Se puede valorar su vigor, considerando el protagonismo de sus pares norteamericanos en las disputas por la regulación (SUROWIECKI, 2021).

Otro tema son los límites de la legislación nacional, e incluso de bloques como la Unión Europea, que tiene plataformas digitales altamente internacionalizadas. Avance de la legislación en la determinación de tornados como regulaciones menos rigurosas como competitividad competitiva de los papis. Es el caso de Irlanda, donde varias plataformas digitales, como Facebook, armazenam seus dados (SOUZA, GORCZEVSKI, 2020).

Sin embargo, la geopolítica, dimensión esencial de la regulación de las plataformas digitales, no fue abordada como tema principal en ninguno de los trabajos analizados. Por ejemplo, la concentración de estudios sobre el campo internacional en políticos europeos puede expresar la influencia normativa

da UE no mundo. Fue pionera en la aprobación del mercado para la producción de obsequios en 1995 y la exigencia de derechos y garantías locales para el intercambio de obsequios con otras naciones y diversas leyes nacionales, como las de América Latina.

Sí, la resistencia norteamericana creó una legislación federal sobre protección de datos y abandono desde la era Reagan en los monopolios, sobre el argumento unilateral del consumo final (BAR; SANDVIG, 2009) de las plataformas digitales. Sin embargo, Estados Unidos tiene una amplia gama de discusiones regulatorias que pretenden limitar el poder de las plataformas digitales (SUROWIECKI, 2021). Esta RSL demuestra la necesidad de más trabajo en la literatura nacional para investigar este proceso norteamericano que puede ser decisivo.

Otro hallazgo reciente es una discusión sobre los mercados regulatorios de China. Se investigará la posible amplificación para otros países, incluido Brasil, de la influencia de Internet y la gobernanza de las tecnologías digitales con características chinas. Argentina, Uruguay y otros países latinoamericanos también cuentan con aportes legislativos y teóricos relevantes a los que se puede acceder en la literatura analizada. Futuros trablhos, com destaque par à investizão das possíveis innovations del proceso constitutivo chileno, son necesarios para evitar esta brecha.

La desinformación y su regulación aparecen de manera transversal en nuestros artículos analizados, que no son objeto de ninguno de ellos. Sobre el tema, la búsqueda exploratoria del artículo de San Valentín (2019), que fue publicado por el tribunal al margen publicado en un periódico internacional.

Cinco plataformas brasileñas son mencionadas por unas cinco alcachofas. El estudio del papel del mercado legal sobre el incentivo o impedimento para el surgimiento de plataformas nacionales, además de sus desafíos específicos, es otro vacío actual.

Finalmente, falta discusión sobre la posibilidad del Estado, así como el uso regular de plataformas privadas, ofreciendo alternativas públicas a nuestros servicios e incentivando iniciativas de iniciativa. Al ayudar a transformar las brechas en posibilidades, estos son algunos de los desafíos teóricos y políticos que RSL permite entrar dentro de sus límites.

Referencias

ANTÚNES, R; FILGUEIRAS, V. Plataformas digitales, trabajo de tracción y regulación en el capitalismo contemporáneo.**Contracampo**, Niteroi, v. 39, núm. 1, pág. 27-43, abr./jul. 2020. DOI:https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.38901 . Disponible en:https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38901 . Consultado el 20 de junio. 2021

ARAÚJO, AC; BUFREM, LS Negociación Información: Aspectos Científicos de la Literatura Científica Revisitando Información e Información.**CiênciadaInformación**, Brasilia, v. 37, núm. 1, abr. 2008. DOI: 10.1590 / S0100-19652008000100001 Disponible en:https:// www.researchgate.net/publication/ 250988087_Informacao_para_negocios_aspectos_da_literatura_cientifica_nacional_em_revistas_ da_area_de_ciencia_da_informacao . Consultado el 25 de junio. 2021

ARMENTA, CJA Nuevos Modelos Disruptivos para Operadores de Telecomunicaciones en un Nuevo Entorno Digital.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, Brasilia, v. 11, núm. 1, pág. 101-118, mayo de 2019. DOI: https: //doi.org/10.26512/lstr.v11i1.24851 . Disponible en:https: //periodicos.unb. br / index.php / RDET / artículo / ver / 24851 . Consultado el 25 de junio. 2021

BAHÍA, S.*y otros*. Nós, as economistas politicis da Comunicação: um conto de sub- - Representaciones y entregas en busca de un final feliz recreadas por EPC Brasil. **Revista Eptica**, v. 22, núm. 3, conjunto-dez. 2020. Disponible en:https: // vidente.ufs.br/ index.php/eptic/article/view/13922 . Consultado el 20 de junio. 2021

BAR, F.; SANDIVIG, C. Política Post-Convergencia de los Estados Unidos.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, v. 1, norte 1, pág. 77-109, 2009. Disponible en:https:// www.researchgate.net/publication/50199277_ Politica_de_comunicacoes_dos_Estados_Unidos_pos-convergencia_US_Communication_Policy_After_Convergence . Consultado el 20 de junio. 2021

BEHAR-TOUCHAIS, M. Como empresario profesional de los enlaces relacionados con la publicidad en Internet y la indexación abusiva del sistema Google AdWords: un análisis de la directiva de Francia y la Unión Europea.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, Brasilia, v. 12, n.1, p.246-292, mayo de 2020. DOI: https://doi.org/10.26512/lstr.v12i1.30008. Disponible en:https://periodicos.unb.br/ index.php/RDET/article/view/30008 . Consultado el 20 de junio. 2021

BOFF, S; FORTES, V. La privacidad y protección de datos personales como derecho fundamental: perspectivas de construcción de un mercado regulatorio para Brasil.**Secuencia**, Florianópolis, n. 68, pág. 109-127, junio. 2014. DOI:https://doi.org/10.5007/2177-7055.2013v35n68p109 . Disponible en: https://www.scielo.br/j/seq/a/LqY93YW8FMSNPqkVBq75nbH/ . Consultado el 20 de junio. 2021

BRASIL. Decreto N° 8.135, de 4 de noviembre de 2013. Disponible en comunicaciones de la Administración Pública Federal, Autoría y Administración Fundamental.**Diario Oficial de la Unión**, Brasilia, 5 nov. 2013. Disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d8135. htm . Consultado el: 5 de julio. 2021

BRASIL. Cámara de Diputados. Proyecto Lei 7579/2017, 5 de septiembre de 2017. Prevé la regulación de la actividad económica lograda a través de una miríada de plataformas digitales.**Diario Oficial de la Unión**, Brasilia, 9 de mayo de 2017. Disponible en:https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramita cao? idProposicao = 2136364 . Consultado el: 5 de julio. 2021

BRASIL. Coordinación de Desempeño de Nivel Superior (CAPES).**Área Documento 31**: Comunicación e Información. Brasilia: CA-PES, 2019. Disponible en:https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/comunicacao-pdf . Consultado el 20 de junio. 2021

CALDERÓN-VALENCIA, F.; PÉREZ-MONTOYA, J.-J.; DE MORAIS, FS Experiencias de los sistemas de IA en el Supremo Tribunal Federal de Brasil y el Tribunal Constitucional de Colombia: análisis prospectivo.**Revista de Derecho, Estado y Telecomunicaciones**, v. 13, núm. 1, pág. 143-169, 2021. DOI: 10.26512 / lstr.v13i1.35614. Disponible en:https://periodicos.unb.br/index.php/RDET/article/view/35614 . Consultado el: 5 de julio. 2021

CÁMARA, R. S; ALVES, E.C; BUFREM, LS O**Economía política de la ciencia de la información en la ciencia de la información brasileña**: un estudio bibliométrico basado en artículos científicos del campus. [*SL*]: BRAPCI, 2020. Disponible en: https://bityli.com/c4AyN . Consultado en: 25 hace. 2021

CLÉMENT-FONTAINE, Sr. Los gigantes de Internet y el futuro del régimen de responsabilidad de los intermediarios técnicos en el derecho europeo y francés. **Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, Brasilia, v. 11, núm. 1, pág. 243-270, mayo de 2019. DOI:https://doi.org/10.26512/lstr.v11i1.24858 . Disponible en:https://livros-e-revistas.vlex.com.br/vid/gigantes-da-internet-futuro-849639162 . Consultado el 20 de junio. 2021

CRAVO, V. El Big Data y los desafíos de la modernidad: ¿una regulación necesaria? **Revisión de Directores Setoriales y de Regulación**, Brasilia, v. 1, norte 2, pág. 243-257, fuera. 2015.

DACOMBE, R. Revisiones sistemáticas en ciencia política: ¿qué puede aportar el enfoque a la investigación política?**Revisión de Estudios Políticos**, v. 16, p.148-157, 2017.

FERNANDES, LF Como Postgrado está avaliada.**Revista UFG**, 2018. Disponible en:https://jornal.ufg.br/n/104507-entenda-como-a-pos-graduacao-- e-validada . Consultado hace 20 años. 2021

FREITAS, MLC Entre el determinismo tecnológico y el interés público: límites y posibilidades de la regulación de internet.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, Brasilia, v. 10, s. 1, pág. 125-146, mayo de 2018.

GALVÃO, M. C; RICARTE, ILM Revisión sistemática de la literatura: recopilación, producción y publicación.**Logeion**: Filosofía de la Información, Río de Janeiro, v. 6 n. 1, pág. 57-73, conjunto. 2019 / febrero. 2020.

GUIMARÃES, MC Geobloqueo y geoprecio: un ligero análisis de la teoría del interés público de Mike Feintuck.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, v. 11, núm. 2, pág. 87-106, fuera. 2019.

INTERVOES.**Monopolios digitales**: concentración y diversidad en Internet. São Paulo: Intervozes, 2018. 176p.

CALIL, RB**Regulación de flujos de trabajo a través de plataformas digitales.**São Paulo: Blucher, 2020. 308 p.

KITCHENHAM, B.*y otros*. Revisiones sistemáticas de la literatura en ingeniería de software: una revisión sistemática de la literatura.**Software y tecnología de la información**, v. 51, núm. 1, pág. 7-15, 2009.

LEITE, F. El ejercicio de la libertad de expresión en los discursos sociales: la marca civil de Internet.**Revista de la Dirección Brasileña**, São Paulo, v. 13, núm. 6, pág. 150 - 166, ene./abr. 2016.

LIMA, M.F; VALENTE, J. Regulación de plataformas digitales: mapeo o debate internacional.**Enlace a revisión**, Río de Janeiro, v. 16, núm. 1, e5100, mayo de 2020.

MACHADO, HF por S. Algorithms, Regulation and Governance: A Literature Review. **Revisión de Directores Setoriales y de Regulación**, Brasilia, v. 4, s. 1, pág. 39-62, mayo de 2018.

MASSENO, MD A medida que la Unión Europea adquiere, protege los datos de los consumidores al ritmo de Big Data.**Curso de Revisión de Electrónica EFS de la UFSM,**v. 14, núm. 3, 2019.

OLIVEIRA, M.C; CARELLI, R.L; GRILLO, S. Conceito y crítica de las plataformas digitales de trabajo.**Revisión directa y práctica**, v. 11, núm. 4, mar./dic. 2020.

O´NEIL, C.**Armas de destrucción matemática**: Cómo Big Data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia. Nueva York: Corona, 2016.

PARRA, H.Z*y otros*. Infraestructura, economía y política de la información: el caso de Google Suite For Education.**Medios de comunicación**, Londrina, v. 23, núm. 1, pág. 63-99, ene./jun. 2018.

PILLET, G. Franquiciado del gigante francés gigante de Internet.**Dirección de Dirección, Estado y Telecomunicaciones**, Brasilia, v. 11, núm. 1, pág. 199-242, mayo de 2019.

RAJI, I.; BUOLAMWINI, J. Auditoría procesable: investigación del impacto de nombrar públicamente resultados de rendimiento sesgados de productos comerciales de IA.*En:* CONFERENCIA SOBRE INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ÉTICA Y SOCIEDAD, 1., 2019, Honolulu.**Actas**[Nueva York: ACM, 2019. Disponible en: https: // www.media.mit.edu/publications/actionable-auditing-investigating-theimpactof-publi cly-naming-biased-performance-results-of-commercial-aiproducts / . Consultado en: 12 hace. 2021

ROSENFIELD, C; MOSSI, TW Decadencias del trabalho en el capitalismo contemporáneo: dignidad y reconocimiento del microtrabalho en las plataformas. **Revista Sociedade e Estado**, v. 35, núm. 3, set./dec. 2020.

SANTINI*y otros*. Software Power as Soft Power: una revisión de la literatura sobre los efectos de la propaganda computacional en la opinión pública y el proceso político. **Participación y Conflicto**, v. 11, núm. 2, 2018.

SANTOS, S. M dos. Periódicos Brasileños de Ciencias Sociales y Humanidades Indexados a SciELO: Características Formales.**Perspectivas sobre la ciencia de la información**, v. 18, núm. 2, pág. 2-16, abr./jun. 2013.

SILVA, L. A da. La necesidad de regulación legislativa para poder utilizar el servicio de Informática en Nuvem.**Diario del Curso Electrónico de Dirección -PUC Minas**, Serra, n. 9, ene./jun. 2014a.

SILVA, L. La necesidad de una regulación legislativa para el nuevo servicio informático.**Revista Ámbito Jurídico**, v. 2, s. 128, 2014b.

SILVEIRA, SA Governo dos Algoritmos.**Revista de Políticas Públicas**, v. 21, núm. 1, pág. 267-281, 2017.

SILVEIRA, SA Debates sobre regulación algorítmica y gobernanza.**Estudios sociológicos**, Araraquara, v. 25, núm. 48, pág. 63-85, ene./jun. 2020a.

SILVEIRA, SA Responsabilidad algorítmica, electrónica y democracia.**Revista Eptic Online**, v. 22, núm. 2, pág. 83-96 mayo/hace. 2020b.

SOBRINHO, CP Periodismo, Marxismo y Economía Política de la Comunicación: un Levantamento en las Periódicos Brasileños de Comunicación e Información de 2006 a 2020.**Revista Eptica**, v. 22, núm. 3, serie / diciembre. 2020.

SOUZA, D; GORCZEVSKI.**Revista de la Dirección Brasileña**, Florianópolis, v. 26, núm. 10, pág. 410-423, mayo/ago. 2020.

SOUZA, E. A; VILLA, R.M; GONZALES, ETQ Privacidad y Autonomía en la Era del Big Data.**Acta científica**: Ciencias Humanas y Sociales, v. 42, e56202, 2020.

SRNICEK, N.**Capitalismo de plataforma.**Cambridge: Polity Press, 2017.

SUROWIECKI, J. ¿Qué significa realmente romper el monopolio de las Big Tech? **Insurrección**, 6 juegos. 2021. Disponible en:https://bityli.com/fThxh . Consultado el 20 de julio. 2021

VALENTE, J.**Regulación democrática de los medios de comunicación**. São Paulo: Editora Persaation Perseu Abramo, 2013. 102p.

VALENTE, J. Regulación de la información y fake news: un panorama internacional de respuestas a los problemas.**Comunicación publica**[en línea], v. 14 n. 27 de diciembre 2019.

VALENTE, J. (Org.).**LaPCom: marcos de comunicación - Ulepicc-Brasil 2021:**pandemia, libertad de expresión y controversia regulatoria de las comunicaciones electrónicas. São Cristóvão: ULEPICC-Brasil, 2021.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. La sociedad plataforma: Valores públicos en un mundo conectivo.**Beca de Oxford en línea**, fuera. 2018. DOI: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001. Disponible en:https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/oso/9780190889760.001.0001/os o-9780190889760 . Accedido hace 31 años. 2021

VAZ E DIAS, JC; KELLER, G.; SANT'ANNA, LS Nuevos horizontes de negocios en plataformas digitales basados en: la competencia de sobriedad en las prácticas de geobloqueo y geoprecio.**Revista Cuestio Iuris**, Río de Janeiro, v. 13, núm. 4 de diciembre 2020.

ZUBOFF, S.**Era el capitalismo de la vigilancia.**Río de Janeiro: Intrinseca, 2021.


revista Eptic
COMPLETO. 23, N° 3, SET.-DEC. 2021
ISSN 1518-2487
APOIO
PPGcom
Programa de Pós-graduação em Comunicação
Universidade Federal de Sergipe
ulepicc
União Latina de Economia
Política da Informação,
Comunicação e da Cultura
SEÇÃO BRASIL
OBSERVACOM
Observatorio Latinoamericano
de Regulación de Medios y Convergencia